

O JORNALISMO *ONLINE* NA IMPRENSA REGIONAL

O caso do Jornal de Leiria

Ana Raquel Vieira Camponês

Relatório de Estágio de Mestrado em Jornalismo

Março, 2017

Relatório de Estágio apresentado para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Jornalismo, realizado sob a orientação científica de Paulo Nuno Vicente.

O JORNALISMO *ONLINE* NA IMPRENSA REGIONAL

O caso do Jornal de Leiria

Relatório de estágio de Mestrado em Jornalismo

Ana Raquel Vieira Camponês

RESUMO

Em Portugal, o jornalismo *online* existe há mais de duas décadas. O primeiro órgão de comunicação social a registar domínio na Internet foi a RTP. O *Setúbal na Rede* foi o primeiro jornal exclusivamente *online*, sendo de âmbito regional.

Tem-se vindo a assistir a significativas alterações no que à forma de fazer jornalismo diz respeito. É impensável, nos dias de hoje, um órgão de comunicação social não ter uma presença marcada *online*. As redações tiveram de se adaptar a este “novo jornalismo”: alterações nas rotinas de produção, de agenda, de produção de conteúdos, de interação com os leitores, entre outras.

Partindo do meu estágio curricular, no *Jornal de Leiria*, realizado no âmbito do Mestrado em Jornalismo na Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa, o presente relatório de estágio aborda a temática do jornalismo *online*, com uma análise ao *site* do *Jornal de Leiria*.

Como é produzido um *website* de um jornal regional? Existem jornalistas contratados especificamente para este fim? A redação recebe formação para produzir conteúdos *web*? Qual é a relação de um jornal regional com o público/leitores? Estas são algumas das questões às quais procuro responder. Para tal, realizei um formulário junto da comunidade/leitores e um estudo das publicações do *Jornal de Leiria*, através do qual foi possível perceber que o *site* deste jornal é ‘alimentado’, quase na sua totalidade, com os conteúdos do jornal impresso, sendo que a maioria dos artigos são apenas publicados parcialmente.

Palavras-chave: jornalismo; jornalismo regional; jornalismo *online* regional; jornalismo em rede; Jornal de Leiria; conteúdos digitais; Internet; leitores

O JORNALISMO ONLINE NA IMPRENSA REGIONAL

O caso do Jornal de Leiria

Internship dissertation of Masters in Journalism

Ana Raquel Vieira Camponês

ABSTRACT

In Portugal, online journalism has existed for more than two decades. The first media body to register Internet domain was RTP. *Setúbal na Rede* was the first newspaper exclusively online, being of regional scope.

There have been significant changes in the way journalism is concerned. It is unthinkable, today, that a media body does not have a marked presence online. The newsrooms had to adapt to this “new journalism”: changes in production routines, agenda, content production, interaction with readers, among others.

Starting from my curricular internship, at *Jornal de Leiria*, conducted under the Master's in Journalism at Faculdade de Ciências Sociais e Humanas from Universidade Nova de Lisboa, this Internship Dissertation addresses the theme of online journalism, with an analysis of *Jornal de Leiria* website.

How is a regional newspaper website produced? Are there journalists hired specifically for this purpose? Is writing staff trained to produce web content? What is the relationship of a regional newspaper with the audience/readers? These are some of the questions that I try to answer. For that, I made a quiz with the community/readers and a study of the publications of the *Jornal de Leiria*, through which it was possible to perceive that this newspaper's website is ‘made’ almost entirely with the contents of the printed newspaper, being that most articles are only partially published.

Keywords: journalism; regional journalism; regional online journalism; networked journalism; *Jornal de Leiria*; digital content; internet; readers

ÍNDICE

INTRODUÇÃO	1
CAPÍTULO I – JORNALISMO REGIONAL	
1. Desafios e oportunidades na imprensa regional	2
2. A imprensa no distrito de Leiria	5
CAPÍTULO II – JORNALISMO <i>ONLINE</i>	
1. Produzir conteúdos para a eternidade	7
2. O jornalismo <i>online</i> em Portugal.....	8
3. Características e potencialidades.....	10
4. As redes sociais e o jornalismo cidadão.....	13
5. O produtor de conteúdos para a <i>web</i>	16
CAPÍTULO III – O CASO DO JORNAL DE LEIRIA	
1. Apresentação do Jornal de Leiria	20
2. O Jornal de Leiria na Internet	22
3. Análise do estágio curricular	25
CAPÍTULO IV – ESTUDO	
1. Metodologia	27
2. Análise de conteúdo	28
DISCUSSÃO DE RESULTADOS.....	32
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFIAS	34
ANEXOS.....	37

INTRODUÇÃO

Ao longo das últimas duas décadas, tem-se vindo a assistir a inúmeras alterações na produção de conteúdos jornalísticos. Com a emergência da mobilidade, com os constantes avanços da tecnologia, a imprensa tem-se visto obrigada a acompanhar estas mudanças. Consequentemente, surgiram alterações nas redações, no que toca à agenda, rotinas de produção ou à própria produção dos conteúdos, antes pensados apenas para o papel, televisão ou rádio, tendo agora que ser pensadas para o digital. Linguagens diferentes, públicos diferentes.

Hoje, produzem-se conteúdos para a eternidade. Antes destes avanços tecnológicos, as peças televisivas ou os conteúdos radiofónicos iam para o ar e o público não tinha a possibilidade de “voltar atrás no tempo”, para ver ou ouvir algo que perdeu. As notícias ou reportagens em texto, permaneciam num jornal em papel, e voltar a aceder a este conteúdo passados vários anos, era uma tarefa bastante difícil. Hoje, basta uma breve pesquisa na Internet, bastando colocar na barra de pesquisa de um *browser*, uma só palavra, relacionada com o tema. De imediato, são-nos apresentados inúmeros *links*. Muitos deles, produzidos há já vários anos.

Na imprensa regional, esta nova forma de fazer jornalismo é mais recente. Nomeadamente no *Jornal de Leiria*, surgiu há cerca de uma década e meia, com o *website* do Jornal a surgir em 2002 – sendo começaram a publicar conteúdos *online* desde 1998.

No presente relatório de estágio, pretende-se analisar a produção de conteúdos do *Jornal de Leiria*, bem como a relação que este tem com os leitores. Deste modo, após uma breve abordagem sobre o jornalismo regional e jornalismo *online*, parte-se para o caso específico do *Jornal de Leiria*, em que é feita uma análise aos conteúdos do *site* do mesmo, estudando, assim, a transposição de conteúdos do jornal impresso para o *online*.

Após a realização de um formulário junto da comunidade, no qual o objectivo foi perceber qual é a relação dos leitores com a imprensa regional, nomeadamente a *online*, e qual a opinião que têm acerca da mesma, fiz uma análise comparativa entre o jornal impresso e o *site* do *Jornal de Leiria*.

O *site* deste jornal conta, na sua maioria, com os conteúdos que saem na edição impressa – publicados parcialmente – e é precisamente disto que se queixam a maioria dos leitores que colaboraram nesta investigação: do “fenómeno” *copy/paste*.

CAPÍTULO I – O JORNALISMO REGIONAL

1. Desafios e oportunidades na imprensa regional

A imprensa regional, segundo o próprio Estatuto, diz respeito a “todas as publicações periódicas de informação geral, conformes à Lei de Imprensa, que se destinem predominantemente às respectivas comunidades regionais e locais”, tendo como principais funções a divulgação da informação das diversas regiões; a contribuição para o desenvolvimento cultural e identidade da respectiva região, “através do conhecimento e compreensão do ambiente social, político, político e económico das regiões e localidades”; a ajuda ao “enriquecimento cultural e informativo das comunidades”; e permitir que a comunidade da região, que reside no estrangeiro, tenha um fácil acesso à informação, “fortalecendo os laços entre eles e as respectivas localidades e regiões.

Ainda segundo este Estatuto, o jornalismo regional tem um papel de extrema importância também pelos laços que cria e mantém, não só dentro de uma determinada comunidade, como também entre os emigrantes que dela tiveram de sair. Se não existisse imprensa regional, “o café, a junta de freguesia ou as associações, passariam a ser as únicas alternativas para as comunidades se manterem informadas” (Pedro Jerónimo cita Duarte, 2010 e Ribeiro, 2010).

Relativamente às definições de jornalismo regional e jornalismo local, as opiniões dividem-se: por um lado, alguns autores que defendem que estes são dois conceitos diferentes e, por isso, devem ser diferenciados; por outro, há autores que não fazem qualquer distinção entre regional e local.

Pedro Jerónimo, em *Ciberjornalismo de Proximidade* apresenta duas destas considerações. A de Isabel Pascoal (1996), que entende que o jornalismo regional se refere às regiões e o jornalismo local se refere às localidades. Seguindo este pensamento, e dando um exemplo, o *Jornal de Leiria* (do distrito de Leiria) seria, assim, um jornal regional e o *Portomosense* (de Porto de Mós, vila que pertence ao distrito de Leiria) seria um jornal local.

Por sua vez, Fernando Cascais (2001) considera que não existe qualquer diferença, classificando a imprensa regional como aquela que dirige o seu conteúdo e distribuição “maioritariamente a comunidades regionais e locais”.

No presente relatório de estágio, será apenas referido o jornalismo regional, abrangendo regiões e localidades – não farei a distinção em dois conceitos.

O aparecimento da imprensa regional revela, segundo Pedro Jerónimo, “alguma juventude”, sendo que mais de metade deste tipo de publicações surgiu nas “últimas décadas”: 7.1% entre 1971 e 1980; 12.9% entre 1981 e 1990; 16.5% entre 1991 e 2000; e, a maioria, surgiu a partir de 2001 (17.3%) – o autor nota que “24,6% dos inquiridos não sabia a data de (re)fundação ou não respondeu”.

Em Leiria, regista-se a mais significativa referência de um grupo de *media* regional: a Sojormedia, “uma antiga *holding* do Grupo Lena (P. Jerónimo, 2015: 136). Segundo o autor, em 2009 o grupo detinha as seguintes publicações: *O Aveiro*, *Região de Leiria*, *O Ribatejo* (Santarém), *O Eco* (Pombal), *Jornal do Centro* (Viseu), *Jornal da Bairrada* (Aveiro), *As Beiras* (Coimbra), *O Algarve* (Faro) e *Grande Porto*, além de duas rádios locais, uma editora e uma agência de meios. “Ainda nesse mesmo ano, em maio, o grupo faz uma aposta mais abrangente na área dos média, ao lançar o diário nacional *i*. Um investimento contracorrente, visto que o país já atravessava uma crise económica sem precedentes.” Porém, o autor esclarece que o percurso do grupo na área dos *media* durou pouco mais do que dois anos, “com o diário nacional a ser alienado já pela Lena Comunicação, *subholding* do Grupo Lena, em junho de 2011, ao empresário Jaime Antunes. Este foi um período em que o grupo vendeu a maioria das publicações que detinha, ficando apenas com os jornais *Região de Leiria*, *O Ribatejo* e *Jornal da Bairrada* e uma rádio local. Um desfecho que se ficou a dever, segundo algumas vozes que se levantaram na altura, nomeadamente jornalistas de publicações do grupo, aos investimentos feitos no *i*.” (P. Jerónimo, 2015: 137).

Uma das regras do jornalismo é a proximidade. E este é um conceito transversal a todo o jornalismo, que não se cinge apenas ao jornalismo regional. No entanto, apesar de esta característica estar presente em todo o jornalismo, seja ele nacional ou regional, existe maior tendência a classificar o jornalismo regional como sendo o jornalismo de proximidade.

Em *Jornalismo de Proximidade*, Carlos Camponez cita João Mesquita, que afirma que “boa parte dos meios de comunicação social cuja sede é em Lisboa e no Porto – aqueles a que normalmente atribuímos o qualitativo de imprensa nacional – nem por isso deixam de ter um carácter eminentemente regional. Basta ver a que região se reporta a maioria dos textos neles publicados, para rapidamente se constatar que é aquela em que está instalada a sede do respectivo órgão de informação”. Sofia Santos, em *Imprensa*

Regional – Temas, problemas e estratégias da informação local, reforça esta ideia, referindo que, em Portugal, a imprensa é concentrada nas principais cidades.

Camponez considera que a imprensa nacional e a imprensa regional se distinguem pelas “formas de organização empresarial e a sua estratégia claramente vocacionada para uma abordagem dos temas tanto mais generalistas quanto generalista se pretende que seja o seu público num território mais ou menos vasto”. O autor defende ainda que a proximidade faz com que muitos considerem a imprensa regional como a imprensa do século XXI: “quanto mais fácil é tomarmos conhecimentos dos acontecimentos longínquos, mais nos distanciamos da realidade mais próxima”.

Em *Ágora – Jornalismo de Proximidade: Limites, Desafios e Oportunidades*, Carlos Camponez considera que o conceito de proximidade é “um dos mais complexos utilizados no campo jornalístico”, mas também um dos “valores centrais do jornalismo, determinante do interesse do público pelas notícias”. No jornalismo regional, que o autor defende como sendo o das “comunidades que se reconhecem em base em valores e interesses construídos e recriados localmente”, este conceito de proximidade marca a “especificidade” e a “identidade” deste jornalismo.

Camponez apresenta a opinião de Manuel Fernández Areal, que se refere à imprensa regional como sendo aquela em que “o jornalismo é mais humano e mais verdadeiramente social”, onde o público não é meramente um receptor das informações, sendo também um leitor que “informa, recrimina, aceita, valora, aplaude ou censura de forma eficaz”.

Referindo um texto sobre os jornalistas que escrevem na imprensa regional, publicado pelo Centro de Formação e de Aperfeiçoamento dos Jornalistas, em França, o autor destaca algumas “especificidades” destes jornalistas apontadas por Christian Sauvage. A autora defende que o jornalista da imprensa regional se preocupa com as consequências do seu comentário; que preserva as suas fontes de informação, sendo “pouco dado à revelação de escândalos”; é “generalista” no que às questões da região diz respeito; mantém um fácil contacto com a comunidade, sendo “uma pessoa bem enraizada na sua região”; e é um profissional “mais sério e mais solidário” com os colegas de trabalho, comparativamente ao que acontece na imprensa nacional.

Ainda nesta obra, organizada por João Carlos Correia, Pedro Brinca fala sobre o jornalismo de proximidade e participação. O autor defende que o caminho da imprensa regional passa por “desenvolver um trabalho com verdadeira utilidade à região onde atua”. Contudo, alerta para a problemática do *copy/paste*, que se veio a evidenciar com o avanço

da tecnologia. “Que contributo dá à sociedade este novo jornalismo de *copy/paste*, em que o jornalista é um mero “pé de microfone”, acrítico, passivo, inculto e procurando não ser inconveniente para os diferentes agentes de poder, enquanto estes representem potenciais fontes de receitas para o jornal?” (Brinca, 2011).

Para este autor, atualmente, o jornalismo rege-se muito pela opinião dos leitores, e afirma que estamos perante uma “sociedade em que a lei do marketing se impôs e em que tudo é medido pelo grau de satisfação de necessidades que garante”. Neste quadro, Carlos Camponez refere que “a evocação do jornalismo de proximidade não pode ser continuamente feita como uma mera imagem de marketing, ao sabor dos interesses do momento”. Assim, considera Camponez, é impreterível reconhecer que este jornalismo “surge intimamente ligado a questões epistemológicas e éticas”, questões essas que estão relacionadas com a verdade e objectividade.

São cada vez menos os jornalistas que trabalham no campo, que saem das redações em busca de acontecimentos. Cada vez mais se faz um “jornalismo sentado”, em frente aos computadores, cingindo-se a comunicados de imprensa e outras informações que vão chegando através dos e-mails – os jornalistas estão a tornar-se “meros porta-vozes das agências de comunicação” (Brinca, 2011).

Pedro Jerónimo (2015) relata alguns casos passados com jornalistas da imprensa regional: “a família carenciada que é motivo de reportagem e de generosidade, ou o professor da filha da jornalista, sobre o qual terá que escrever; o diretor do jornal que é interpelado por populares com dicas de reportagem; o vereador ou padre que “encomendam” notícias”. Casos que são resultado da proximidade que existe entre estes jornalistas e a própria comunidade.

O autor apresenta aquela que é a definição de um jornalista regional, para Pascoal (1996): “O melhor perfil que se pode traçar sobre os jornalistas da imprensa regional é ter em conta as condições em que trabalham e a permanente dificuldade em afirmarem a sua autonomia e a sua liberdade de expressão”.

2. A imprensa no distrito de Leiria

No artigo *Apontamentos para a História da Imprensa no Distrito de Leiria*, o autor, Carlos Alberto R. S. Silva, refere que, em Leiria, só durante a segunda metade do século XIX surgiu o primeiro Jornal. “Em 1833 há a episódica publicação em Leiria, Caldas e Óbidos de alguns números do *Boletim do Exército*, impresso numa tipografia ambulante

roubada à Imprensa da Universidade de Coimbra pelas tropas miguelistas em trânsito para a capital. Mas, trata-se, como referimos, de um mero episódio sem consequências para a história da imprensa periódica da região.”

É em 1853, segundo o mesmo autor, que um grupo de antigos alunos da Universidade de Coimbra leva de novo a tipografia a Leiria e é assim que, no ano seguinte, surge o primeiro jornal, *O Leiriense* – “É este o verdadeiro pontapé de saída”.

Entre 1860 e 1900 o jornalismo chega aos vários concelhos do distrito de Leiria, com o aparecimento de oficinas de tipografia e jornais.

CAPÍTULO II – O JORNALISMO *ONLINE*

1. Produzir conteúdos para a eternidade

O jornalismo em rede refere-se ao registo, partilha e distribuição de informação. Charlie Beckett, em *The Value of Networked Journalism*, defende que esta nova forma de fazer jornalismo é mais diversa, conectada e envolvida com o público, além de poder ainda ser mais rápida e de mais baixo custo. “Através de uma maior participação pública e interatividade, pode tornar-se mais reflexivo e representativo, permitindo, simultaneamente, mais criatividade e pensamento crítico”. Assim, o autor considera que esta “rede” é cada vez mais essencial para o jornalismo.

Apesar de muito de falar acerca do ‘fim’ do jornalismo, como consequência dos avanços tecnológicos, no artigo *The Future of Journalism: Networked Journalism*, é defendido, precisamente, o contrário: “os desenvolvimentos atuais podem, de facto, levar a um melhor jornalismo e a jornalistas mais independentes. (...) No ambiente digital em que os jornalistas trabalham, são descobertos novos factos diariamente; está a ser integrado maior *feedback* da audiência; estão a ser ouvidas mais vozes; estão a ser apresentadas diferentes perspetivas sobre as mesmas notícias (...)”.

Tem-se vindo a assistir a um crescimento exponencial no que diz respeito às formas de fazer jornalismo. O jornalismo já não é só o papel, já não é só o texto, já não é só a fotografia. Cada vez mais, na Internet, os conteúdos noticiosos juntam texto com vídeo. Em *The Future of Journalism: Networked Journalism*, o autor defende que surgiu um novo jornalista: o jornalista em rede – “num mundo em que a informação e a comunicação são organizadas à volta da Internet, a noção de jornalista a trabalhar sozinho, seja na redação ou a informar sobre determinado crime ou desastre, é obsoleta”.

Segundo este artigo, o jornalismo em rede não está a ameaçar a independência e a qualidade do jornalista profissional, está, antes, a ser “uma oportunidade para que os jornalistas se distingam de uma forma única e para que a sociedade beneficie tanto de uma interminável expansão da informação como da interpretação dos seus significados no contexto de um mundo caracterizado pelo caos informativo.”

No jornalismo *online*, produzem-se conteúdos para a “eternidade”. Basta uma simples pesquisa na Internet com palavras chave e conseguimos encontrar trabalhos de ontem ou de há vários anos – “estão, efetivamente, a tornar-se parte de um arquivo digital mundial”.

No entanto, nem tudo são vantagens, e as tecnologias trazem, também, potenciais efeitos negativos. É o que nos diz Charlie Beckett, em *The Value of Networked Journalism*, considerando que “pode intensificar problemas como a tendência que há em reciclar notícias em detrimento da produção de nova informação. Dá uma maior margem para falsificar o imaginário colectivo e espalhar informação não comprovada sem qualquer responsabilização”.

Falando num jornalismo em rede, também o público, ou os leitores, aqui se inserem. É-lhes permitido comentar qualquer notícia *online*, dar a opinião – seja ela qual for. E não existe nenhuma política de moderação. Esta problemática tem vindo a ser cada vez mais notada nas redes sociais – também no próprio site do órgão de comunicação social em causa mas porque muitos deles optam em ter no *site* os comentários feitos na publicação da rede social; hoje em dia as pessoas comentam nas redes sociais, não nos sites. E isto também se deve ao facto de não abrirem a notícia, limitam-se a fazer comentários apenas baseados na informação que aparece no *feed*, ou página inicial – o título e o *lead*.

Segundo Charlie Beckett, passou-se de um era escassa em informação, com inúmeras limitações, para uma era em que abundam dados e comentários acessíveis em qualquer lugar, grande parte produzida pelo público, através das redes sociais. No entanto, aquele que é um dos principais objectivos do jornalismo, permanece: informar acerca do que é novo, confirmar a veracidade das informações. “No passado, poderia ter sido suficiente para os jornalistas repetir essa ‘notícia’ e duplicá-la em diversas plataformas discretas. A Internet e a convergência quebraram esse monopólio e forçaram os meios de comunicação a procurar valor na criação de redes.”

São inúmeras tanto as vantagens como as desvantagens deste jornalismo em rede. Segundo este autor, os cidadãos têm vindo a querer “revigorar” os meios de comunicação. A sociedade está mais predisposta a investir e influenciar o processo de produção de conteúdos noticiosos.

“O jornalismo está no seu melhor quanto mais reflexivo e responsivo for”.

2. O jornalismo *online* em Portugal

Em Portugal, segundo Fernando Zamith (2013), foi a RTP o primeiro órgão de comunicação social a registar domínio na internet (www.rtp.pt), em maio de 1993. As primeiras publicações *online* datam de 1995, pelo *Jornal de Notícias*, seguindo-se o

Público e o *Diário de Notícias*. No que diz respeito ao primeiro meio de comunicação social exclusivamente *online*, o pioneiro foi o *Setúbal na Rede*, de âmbito regional. Mas foram precisos meses para que o diretor deste jornal conseguisse que os estatutos da Associação Portuguesa de Imprensa fossem alterados, podendo, assim, registar o jornal - “o *Setúbal da Rede* não era nem um jornal, nem uma rádio, nem uma televisão” (Pedro Jerónimo, 2015: 5).

Helder Bastos defende que, em Portugal, o jornalismo online passou por três fases: a implementação (desde 1995 até 1998), a expansão (desde 1999 até 2000) e a estagnação (desde 2001 até 2007). Isto, durante os primeiros 12 anos de jornalismo online em Portugal.

A primeira, é uma “fase experimental”. O autor denomina-a pelo modelo *shovelware*, em que os órgãos de comunicação social produzem nos *sites* os conteúdos da versão em papel. A segunda fase é marcada pelo aparecimento dos primeiros jornais generalistas exclusivamente *online*, como o *Diário Digital* ou o *Portugal Diário*. O autor considera, esta, a fase do otimismo, “porventura exagerado”. É por esta altura que alguns jornais “reforçam as suas redações digitais”, implementando serviços de “última hora”. A terceira, e última, fase é “marcada pelo encerramento de *sites*, cortes em pessoal e redução das despesas” (Bastos, 2010: 159).

No que toca a esta primeira década de jornalismo produzido para a Internet, Helder Bastos faz um “balanço negativo”, pois considera que este não se conseguiu afirmar (Bastos, 2010: 182). O autor cita Fernando Zamith (2007) que considera que o jornalismo *online* precisa de “investimento em meios técnicos e, sobretudo, em meios humanos”.

O jornalismo *online* não se consome exclusivamente através de computadores. Cada vez mais as pessoas acedem aos conteúdos noticiosos através de *tablets* ou *smartphones*, seja nos transportes públicos a caminho do trabalho, seja ao final do dia, já em casa, a descansar desse dia de trabalho. Apesar de muitos “entusiastas” deste meio considerarem que o futuro está, precisamente, nestas tecnologias móveis cada vez mais práticas, Fernando Zamith (2013) refere, segundo um estudo, que “a maioria dos entrevistados antecipam precisamente o contrário”. “O consumo de informação nos *smartphone* e *tablets* tem-se restringido, nesta primeira fase, praticamente à consulta de textos muito curtos de notícias de última hora. A expansão da Internet para os dispositivos móveis amplia as potencialidades ubíquas e instantâneas do meio, mas os novos suportes

têm ainda algumas limitações que não facilita a disponibilização de (e o acesso a) elementos de contexto.”

Zamith cita Xosé Pereira que considera que os dispositivos móveis individualizam o consumo – “se o consumo na televisão era primeiramente coletivo, e só estava na sala, na cozinha, em sítios coletivos, o computador já passou para o quarto, para o lugar de trabalho já individual, e o móvel é ainda mais individual”.

3. Características e potencialidades

São inúmeras as potencialidades da Internet e há muito que se ouve falar no fim do jornalismo em papel, ficando o jornalismo exclusivamente entregue ao *online*. Mas, segundo Fernando Zamith, “o *cibermeio* não é imbatível”. O autor considera que os meios tradicionais têm algumas vantagens sobre o *online*. “No que falha o *cibermeio*, é na mais demorada e cansativa leitura em monitor, nalguma menos fiabilidade tecnológica (é mais frequente haver falhas no computador ou no acesso à Internet do que na transmissão de emissões de rádio ou de televisão *broadcast* ou na produção e/ou distribuição dos jornais) e numa maior dificuldade em distinguir o que é e não é jornalismo.”

A produção de conteúdos noticiosos para a Internet trouxe, aos jornalistas, a oportunidade de se diversificarem, de complementarem aquele que era um simples texto com imagens, vídeos, *links* para informação adicional, entre outros componentes que marcam esta forma de fazer jornalismo. “Estas possibilidades multimédia permitem ao jornalista adequar as diversas modalidades a cada história em particular, sem os constrangimentos existentes nos *media* tradicionais” (Bastos, 2010: 33). No entanto, “nenhum *website* noticioso está ainda perto de utilizar todo o potencial da *web*” (Bastos cita Stovall, 2004).

Para Pedro Brinca (2010), o que tem contribuído “drasticamente” para esta “afirmação da Internet”, é o “elevado ritmo produtivo, de difusão e permuta de conteúdos *online*, que possibilita um acompanhamento interativo constante de qualquer área temática, resultado do efeito de aceleração informativa à escala global que a rede provoca”.

Canavilhas (2014) enumerou sete características que “marcam a diferença” quando se produzem conteúdos noticiosos para a Internet: a hipertextualidade, a multimedialidade, a interatividade, a memória, a instantaneidade, a personalização e a ubiquidade.

O texto é o conteúdo mais usado na produção de notícias para a Internet devido a “factores de ordem histórica, técnica e económica”. A imprensa escrita continua a ser o

que referencia o *online* e, por isso, o texto é o elemento fundamental na produção de conteúdos noticiosos para a Internet (Canavilhas, 2014: 4). E é neste ponto que existe uma transição do texto para o “hipertexto” – “mais do que um mero conjunto de palavras ou frases organizadas segundo um conjunto de regras preestabelecidas, o texto transforma-se numa tessitura informativa formada por um conjunto de blocos informativos ligados através de hiperligações (*links*), ou seja, um hipertexto”.

Segundo Canavilhas, a palavra ‘hipertexto’ foi usada pela primeira vez por Theodor Nelson, nos anos 60, que definiu este conceito como uma “escrita não sequencial, um texto com várias opções de leitura que permite ao leitor efetuar uma escolha”. No entanto, adianta o autor, foi uma definição que sofreu diversas atualizações por vários autores. Apesar de só em 1965 este conceito ter ganho “nome próprio”, já Vannevar Bush havia exposto esta ideia do ‘hipertexto’ (Zamith, 2007).

A forma de redigir conteúdos noticiosos para a Internet é “uma das áreas mais discutidas entre os investigadores que se dedicam a esta área” (Canavilhas, 2014). Inicialmente era defendida a técnica da pirâmide invertida mas de imediato surgiram autores que defendiam a “necessidade de técnicas de redação e linguagens próprias para o meio”. Segundo Canavilhas, existem duas tipologias de autores: os que procuram uma informação específica, explorando, eles próprios, “itinerários pessoais de leitura”; e os que navegam numa notícia, necessitando de ser “guiados pelas qualidades estruturais do formato”.

Neste âmbito, foram várias as propostas de redação de notícias para a Internet que foram surgindo ao longo dos anos. Canavilhas (2006), apresentou um modelo da Pirâmide Deitada, no qual a notícia é “organizada por níveis de informação ligados por hiperligações internas que permitem ao leitor seguir diferentes percursos de leitura que respondam ao seu interesse particular”. O autor propõe, assim, quatro níveis de leitura. Primeiro, a unidade base (o quê, quem, quando e onde), seguindo-se o nível de explicação (como e porquê). Em terceiro, surge o nível de contextualização, que oferece informação adicional relativamente aos pontos fundamentais na notícias, e, por fim, a exploração, que estabelece ligações com outras informações do próprio arquivo da publicação ou em *sites* externos.

A multimedialidade é a segunda das sete características que “marcam a diferença”, enumeradas por Canavilhas. Ramón Salaverría, que escreveu sobre este tema, começa por referir que “a comunicação humana é multimédia” – e, sublinha, é importante deixar de referir que é uma “tendência atual”. Este autor define a multimedialidade como a “capacidade, outorgada pelo suporte digital, de combinar numa só mensagem pelo menos

dois dos três seguintes elementos: texto, imagem e som”. Fernando Zamith, por sua vez, argumenta que muitos autores têm associado a multimedialidade “como uma muito interessante potencialidade jornalística, por permitir a criação de uma narrativa mais rica e mais contextualizada”.

Salaverría abordou a multimédia como multiplataforma, como polivalência e como combinação de linguagens. Na multimédia como multiplataforma, “distintos meios coordenam as suas respectivas estratégias editoriais e/ou comerciais para conseguir um melhor resultado conjunto”. A multimédia como polivalência, está relacionada com a acumulação de atividades que, no passado, seriam desempenhadas por outras profissões. A multimédia como combinação de linguagens, tal como o nome indica, está relacionada com a combinação de vários formatos, como o texto, o som, a imagem ou o vídeo.

Este autor considera que, para uma composição eficaz de uma mensagem multimédia, é impreterível a coordenação de várias linguagens/formatos que, antigamente, eram manipulados de forma independente: o texto, a fotografia, os gráficos, iconografia e ilustrações, o vídeo, a animação, o discurso oral, a música e efeitos sonoros e a vibração.

E referindo, aqui, a importância do vídeo, no artigo *The Future of Journalism: Networked Journalism*, o autor defende que as notícias em vídeo cada vez mais substituem as notícias em texto como principal fonte de informação – “A literacia visual é importante para os jornalistas e é necessária uma melhor compreensão e utilização das imagens como portadoras de informações”.

“O jornalismo é cada vez mais visual e textual ao mesmo tempo, integrando fontes de vídeo em artigos de notícias *online* e estendendo notícias de televisão a segundos ecrãs e documentários interativos que oferecem fontes textuais relacionadas.”

Alejandro Rost aborda a interatividade, classificando-a como uma característica essencial da comunicação *online* – “cada vez que se analisa a linguagem da internet, apela-se à ideia da interatividade como um dos seus pilares”. O autor define a interatividade como “a capacidade gradual que um meio de comunicação tem para dar maior poder aos utilizadores tanto na seleção de conteúdos como em possibilidades de expressão e comunicação”, e considera que existem dois tipos de interatividade. A seletiva, que está relacionada com o controlo que o utilizador tem a possibilidade de ter na receção de conteúdos, e a comunicativa, que representa as possibilidades de comunicação e expressão do utilizador entre os conteúdos.

Outra característica na produção de conteúdos noticiosos para a *web* é a instantaneidade, defendida por Paul Bradshaw: instantaneidade em publicar, consumir e

distribuir. O autor refere que cada vez mais o produtor de conteúdos noticiosos se preocupa em ser o primeiro a verificar, organizar e agregar, por consequência das “tecnologias de velocidade” que têm vindo a estar ao alcance de todos os publicadores.

Por fim, a última característica enumerada nesta obra, é a ubiquidade, que, segundo John Pavlik, implica que “qualquer um, em qualquer lugar, tem acesso potencial a uma rede de comunicação interativa em tempo real”. Isto é, todos podemos aceder aos conteúdos na *web* e contribuir para uma “distribuição global” dos mesmos. E, por consequência, isto remete-nos para o jornalismo cidadão. O autor defende que qualquer cidadão que tenha um *smartphone* pode captar fotografias ou vídeos de determinado acontecimento, usando as redes sociais para o partilhar.

Pedro Brinca, sublinha que vivemos num país democrático, onde todos os cidadãos se podem fazer ouvir. Contudo, questiona-se sobre “o que ganhará a própria democracia com o ruído de todos a falarem” ou, especificando, “com os contributos de quem não domina os assuntos e opina levianamente, com o mesmo destaque e protagonismo dos jornalistas”.

“Não é um computador com ligação à Internet que assegura os direitos de um cidadão livre num país democrático. O ensino, a educação e a formação são essenciais. Mas também as condições económicas e o contexto cultural. Não é a quantidade de informação de que dispomos, mas a sua qualidade” (P. Brinca, 2012).

4. As redes sociais e o jornalismo cidadão

Hoje em dia, em conversa com amigos, ao falar de determinada notícia, é cada vez mais frequente ouvir-se: *vi a notícia no Facebook*. E quando perguntamos: *mas em que site? Qual era o Jornal?*, não nos sabem responder.

O mundo virtual está em constante mudança e é fundamental que os órgãos de comunicação social a acompanhem. Hoje, não se pode falar da produção de conteúdos noticiosos para a *web* sem que se fale, paralelamente, nas redes sociais, que cada vez mais têm vindo a ter um forte impacto no jornalismo – tanto positivo como negativo.

Como já anteriormente referi, cada vez mais o público quer ‘marcar presença’ nos conteúdos produzidos para a *web*. E com as redes sociais essa presença está cada vez mais marcada. Neste âmbito, tanto se pode falar desta presença no que toca a comentários ou partilhas de informação, como no cada vez mais notável jornalismo cidadão. É cada vez mais importante que o jornalismo aposte não só em conteúdos disponibilizados *online*, mas

também – e cada vez mais – nas redes sociais. É através delas que os leitores são encaminhados para os respetivos *sites*.

A Internet é cada vez mais utilizada por muitos cidadãos para partilha de acontecimentos que os próprios têm a possibilidade de relatar em última hora. E não só: através das publicações dos, então, referidos jornalistas cidadãos, os jornalistas profissionais podem também ter conhecimento de acontecimentos que estejam a ocorrer, cuja informação ainda não tenha chegado às redações.

Fernando Zamith (2013) cita Dan Gillmor, que defende que “num mundo em que qualquer pessoa pode produzir informação, há três grupos de interesse”. E são eles “os jornalistas, as pessoas habitualmente objecto de notícia e os antigos recetores das notícias”. “Dantes praticamente separados, estão agora a misturar-se entre si (...) entre os praticantes do jornalismo cívico alguns virão a tornar-se profissionais”.

Neste ponto, o autor remete-nos para o Estatuto do Jornalista: “são considerados jornalistas aqueles que, como ocupação principal, permanente e remunerada, exercem funções de pesquisa, recolha, seleção e tratamento de factos, notícias ou opiniões, através de texto, imagem ou som, destinados a divulgação informativa pela imprensa, por agência noticiosa, pela rádio, pela televisão ou por outra forma de difusão electrónica” (Lei n.º1/99, de 13 de janeiro). O autor, frisa ainda o ponto 2 do artigo 3.º do Regulamento da Carteira Profissional de Jornalista: “a habilitação com a carteira profissional do jornalista constitui condição indispensável ao exercício da profissão de jornalista” (Lei n.º305/97, de 11 de novembro).

Porém, adianta o autor, a Constituição da República Portuguesa diz que “todos têm o direito de exprimir e divulgar livremente o seu pensamento pela palavra, pela imagem ou por qualquer outro meio, bem como o direito de informar e de ser informado, sem impedimentos nem discriminações”.

Apensar de tudo, Stephen Quinn (2005), citado por Zamith, considera que “os jornalistas serão sempre necessários para processar informações” e, citando David Shenk, frisa ainda que os jornalistas são indispensáveis na “sobrevivência da sociedade”, pelo poder que detêm em filtrar a informação, independentemente da quantidade que, hoje em dia, é bastante vasta.

São diversos os grupos criados no *Facebook*, com milhares de membros (pessoas que podem seguir ou publicar), em que o objectivo é fazer publicações da existência de radares, operações STOP, acidentes, ou outras ocorrências nas estradas. Em Leiria, um

desses grupos é o *Operação STOP – Leiria* que tem já mais de 61 mil membros. A imprensa desta região, por vezes, partilha conteúdos deste grupo, por exemplo, em casos de acidentes ferroviários. Assuntos que podem, até, gerar fóruns de discussão. Dando um exemplo em concreto: em Leiria, são frequentes os acidentes numa rotunda específica por carros que circulam em contramão. Como tal, são também frequentes as publicações com fotografias de carros em contramão ou mesmo dos acidentes que, quase sempre, acabam por acontecer, publicadas neste grupo. O *Jornal de Leiria*, fez uma publicação com uma dessas fotografias, de um carro em contramão, na página de *Facebook*, em que perguntava aos leitores/seguidores o que, na opinião deles, poderia ser a causa de tantos veículos entrarem em contramão naquela rotunda. Esta publicação gerou 90 gostos, 33 partilhas e 52 comentários.

Outro exemplo, que teve um impacto ainda mais significativo, remete ao Natal de 2016. O Município de Leiria construiu, no centro da cidade, uma enorme árvore de Natal feita de paletes de madeira. O *Jornal de Leiria* começou por fazer uma publicação com fotografia dessa árvore com a seguinte descrição: “O Natal está de volta a Leiria com uma mega árvore feita em paletes!”. Esta publicação obteve 1,2 mil reações, 270 partilhas e 44 comentários. Adorada por uns, ridicularizada por outros, no dia seguinte, o mesmo Jornal fez uma nova publicação acerca do mesmo assunto, com uma nova fotografia da árvore, mas na qual questionavam aos leitores/seguidores qual era a opinião que tinham acerca desta árvore de paletes. Isto gerou mais de 1,6 mil de reações, 252 partilhas e 92 comentários.

Notícias como um corte de água em determinada localidade, uma estrada cortada, a abertura ou o encerramento de determinada loja no centro histórico da cidade, eram, também, publicações que, no Facebook, atingiam um alcance exorbitante. Além disto, tinham também bastantes partilhas – como se existisse uma necessidade de partilha de informação junto da comunidade, de dar a conhecer aos amigos no *Facebook* determinado acontecimento; um, também, espírito de entreajuda na comunidade.

É notório que as redes sociais têm um forte impacto no aumento do número de visualizações dos *sites*. A maior parte dos cidadãos têm acesso ao *site* através das publicações dos conteúdos noticiosos nas páginas das redes sociais, nomeadamente, no *Facebook*. Isto gera, automaticamente, um aumento no número de visualizações dos *sites*, que é o que, efetivamente, interessa aos respectivos órgãos de comunicação social.

O jornalismo cidadão é cada vez mais evidente mas, no caso da utilização das informações por estes disponibilizadas serem usadas nos próprios órgãos de comunicação

social, é impreterível que o jornalista profissional aja conforme manda o profissionalismo: confirmar a veracidade das informações. Os exemplos que agora referi, esta proximidade que se cria com os leitores, proporcionada pelas redes sociais é, sem dúvida, benéfica para o órgão de comunicação social em causa. O jornalista que escreve para a *web* continua a ter um papel central no que toca a assegurar a informação de qualidade, bem como na hierarquização da informação (Bastos, 2010: 95).

Não posso deixar de referir, também, o aparecimento de *websites* e páginas de redes sociais exclusivamente dedicadas à produção de conteúdos noticiosos falsos. Se, por um lado, um jovem tem a capacidade de conseguir analisar se determinada notícia vem de um meio fiável, uma pessoa com idade mais avançada, para quem este mundo da Internet é completamente novo, poderá não ter essa capacidade.

Nos últimos tempos, têm surgido diversas notícias de um *site* designado CNotícias. Os utilizadores das redes sociais partilham a notícia mesmo sem abrir o *link*, apenas olhando ao título e ao *lead* que aparece na publicação, tomando-a como verdadeira. No entanto, este *site* é exclusivamente de notícias falsas e qualquer pessoa, apenas fazendo o registo, pode escrever uma notícia.

Esta é uma problemática incontornável. E é, também, uma das desvantagens desta expansão avassaladora do mundo *online*. Não é possível controlar a informação produzida para a Internet. É impreterível saber analisar a informação, conhecer a fonte e pesquisar sobre a mesma.

5. O produtor de conteúdos para a *web*

Pressupõe-se que o jornalista que produz conteúdos para o *online* não será o mesmo que produz conteúdos para o jornal em papel. Mas será que, na realidade, isso acontece? Existem redações com jornalistas para cada um destes fins? No *Jornal de Leiria*, não. Os jornalistas que produzem o jornal em papel são os mesmos que produzem conteúdos para o *site*.

Rui Miguel Gomes (2010), salienta que com estas mudanças na forma de fazer jornalismo, com esta nova ideia de produzir conteúdos para a Internet, “tudo mudou” – “os jornalistas passaram a ficar ligados à rede por meio de terminais, o seu trabalho passou a ser assistido, e a necessidade dos próprios meios de comunicação social em apostar de forma efetiva em profissionais com características apropriadas à nova realidade tornou-se um facto, sobretudo, uma carência permanente”.

Esta nova forma de produzir conteúdos levou a uma reestruturação no campo jornalístico, nomeadamente “ao nível das ações, rotinas, procedimentos conceptuais” (Gomes, 2010: 29). Citando Gunarate e Lee, o autor frisa que “os jornalistas não têm outra alternativa senão encaixarem-se neste modelo”.

Em *Ciberjornalistas em Portugal – Práticas, Papéis e Ética*, Helder Bastos cita Ayerdi (2003): “O jornalista da próxima década será, além disso, um jornalista multimédia. Uma espécie de homem-orquestra, capaz de utilizar imagens de vídeo na edição *on-line* do seu jornal ou de transmitir mensagens escritas através da sua emissora de rádio. A única especialidade possível no jornalismo do futuro será saber trabalhar em todos os meios e com todos os meios”.

Helder Bastos, cita Valcarce e Marcos (2004) que sublinham a necessidade de formação contínua: “A partir de agora somos todos aprendizes. O perfil profissional e as exigências do mercado global mudam ao ritmo vertiginoso da vida na emergente *metropolis* global”. Neste seguimento, os jovens jornalistas acabam por sair beneficiados, uma vez que têm um maior à vontade com estas novas ferramentas, dado que lidam com elas diariamente.

O perfil do jornalista que produz conteúdos para o *online* afasta-se, cada vez mais, do jornalista tradicional (Bastos, 2010: 94). “A indústria (...) procura cada vez mais jornalistas com destreza multimédia, versáteis, flexíveis, ‘multiaptos’, que saibam trabalhar através de diferentes *media* ou num sistema de *media* convergentes (...)”. Assim, vários autores falam do aparecimento de um “novo jornalista”. Helder Bastos recorda que “o ciclo de notícias pode ser de 24 horas/7 dias com *deadlines* contínuos”, o que obriga o jornalistas a adaptarem-se a este ritmo.

Helder Bastos classificou, segundo Salaverría (2005), o jornalista que produz conteúdos para a *web* em três traços. Primeiro, um jornalista que passou de uma escrita exclusivamente textual para uma produção que envolve conteúdos multimédia. Segundo, um jornalista que pode trabalhar em qualquer lugar, não havendo, assim, a necessidade de estar na redação de determinado órgão de comunicação social. Terceiro, um jornalista confrontado com o aparecimento de modalidades de escrita colectiva, contrariamente ao “modelo clássico”, em que cada jornalista redigia individualmente.

É impensável que determinado órgão de comunicação social faça qualquer publicação *online* sem lhe acrescentar, pelo menos, uma imagem. Mas hoje, isso também já não é suficiente: “Precisam de pensar a estória como camadas de informação – visual, auditiva, textual, animada, interativa, conectada – que as pessoas podem misturar e

encaixar da melhor forma para chegarem ao que precisam e querem saber” (Bastos cit. Kolodzy, 2006).

Um jornalista que produza conteúdos noticiosos para a *web*, avança Helder Bastos, precisa de mais conhecimentos além dos que ao jornalismo tradicional dizem respeito – “o ciberjornalista deve ser capaz de perceber as capacidades e a estética dos novos *media*, o que inclui o entendimento da natureza interativa dos *media* digitais em rede e a aprendizagem de novas maneiras, não lineares ou multilíneas, de *storytelling*” (Bastos cit. Pavlik, 2001).

Neste quadro, conclui-se que é importante formar os estudantes de jornalismo para esta nova realidade, dar-lhes ferramentas que possibilitem que se destaquem nesta área. “(...) O grande desafio consiste em formar estudantes para o exercício deste novo e exigente ramo do jornalismo, assegurando à partida um equilíbrio saudável entre conhecimentos de ordem teórica, aptidões jornalísticas (clássicas e novas) e proficiência técnica – sendo certo que a profissão terá muito a perder se a universidade de limitar a formar ciberjornalistas tecnicamente perfeitos, mas profissionalmente, ética e deontologicamente ineptos” (Bastos, 2010: 96).

O correio electrónico é das ferramentas mais básicas e imprescindíveis a um jornalista, seja ele produtor de conteúdos para a *web* ou para o papel. É a forma mais prática de receber ou recolher informação e cria uma maior proximidade entre o jornalista e as fontes de informação. No entanto, “esta proximidade com as fontes de informação pode não ser sinónimo de uma melhoria considerável na qualidade de informação” (Rui Miguel Gomes, 2010). Por um lado, com o correio electrónico o jornalista “pode ter a certeza de que as suas citações são rigorosas”. Por outro lado, esta maior interação entre o jornalista e a fonte de informação, dá, à fonte, “um controlo maior sobre as próprias citações”. “À medida que as fontes de informação se multiplicam, que os canais através dos quais os jornalistas podem comunicar com as pessoas crescem e que os potenciais contextos dentro dos quais a informação pode ser entendida aumenta, os jornalistas terão de trabalhar de forma mais inteligente e eficiente para fazerem o seu trabalho com sucesso” (Gomes cita Reddick e Elliot, 1995).

Helder Bastos (2010) defende que a relação que um jornalista para a *web* tem com as fontes, é diferente da de um jornalista tradicional. O autor apresenta três factos dos quais derivam estas diferenças, segundo Valcarce e Marcos (2004).

A primeira diferença, está relacionada com o facto de este novo jornalista poder “aceder à internet em qualquer momento e em qualquer espaço, sem importar o dia, hora

ou o lugar”. Uma flexibilidade que, adianta o autor, “implica uma evidente vantagem competitiva, ainda que possa conduzir a um ‘perigoso estado de acomodação’ que, se levado ao extremo, poderá fazer com que o jornalista perca todo o contacto direto com a realidade”.

A segunda característica prende-se com a quantidade de fontes de informação. Se, por um lado, o jornalista tradicional tem escassas fontes, no *online*, acontece precisamente o contrário – “o problema agora é o do excesso, da saturação”. “O trabalho do profissional consiste mais em desencartar do que em aceder, em diferenciar onde existe um facto relevante e onde se esconde a propaganda ou a manipulação informativa.”

Por fim, a exclusividade das fontes de informação. É cada vez menos possível existirem fontes exclusivas. “O maior ou menor valor que se outorgava a um profissional baseava-se na sua agenda de contactos. Pelo contrário, a imensa maioria das fontes a que o ciberjornalista pode aceder é também de livre acesso para qualquer internauta.”

No seguimento dessa reflexão, adianta Bastos, “Valcarce e Marcos falam de uma dupla subtipologia nestas novas *ciberfontes* de informação: a internet como origem primária e como fonte secundária de informação”.

Na “Internet como origem primária”, explica o autor, o profissional da *web* tem todo o seu trabalho baseado na Internet, “com o grande inconveniente da perda de contacto com a realidade e mesmo da possibilidade de cometer fraudes informativas”. Na Internet “como fonte secundária de informação”, este meio é apenas utilizado como “ferramenta complementar” do trabalho profissional já desenvolvido. “Longe de ser um aspecto problemático, esta utilização da rede contribui para melhorar o trabalho do profissional da informação.”

É, assim, importante que exista um equilíbrio a vários níveis. “Só quando se produz um equilíbrio deontológico, tecnológico e ontológico na gestão das *ciberfontes* de informação é que o novo *ciberjornalista* estará em condições de honrar a sua profissão e a sua *ciberempresa* de tirar o máximo de partido do seu saber fazer, lançando as bases para a sua sobrevivência num mercado extraordinariamente competitivo a curto, médio e longo prazo” (Bastos cita Valcarce e Marcos, 2004).

CAPÍTULO IV – O CASO DO JORNAL DE LEIRIA

1. Apresentação do Jornal de Leiria

História

O *Jornal de Leiria* é uma publicação semanal regional, propriedade da Jorlis-Edições e Publicações, Lda. Foi um jornal que nasceu com o objetivo de “dar uma nova perspectiva ao jornalismo de proximidade”, por parte de um grupo de alunos da Escola Secundária Francisco Rodrigues Lobo, de Leiria, em Abril de 1984.

A Jorlis-Edições e Publicações, Lda. surge em 1988 para editar o *Jornal de Leiria*. Além deste semanário, esta empresa produz e edita suplementos temáticos, revistas, livros e outras publicações para instituições ou empresas.

Perfil da publicação

O *Jornal de Leiria* é um jornal semanal, publicado todas as quintas-feiras, que tem o preço avulso de 1€ e uma tiragem média por edição de 15000 exemplares.

No estatuto editorial, disponível no site deste Jornal, é referido que esta publicação “visa a prossecução e o desenvolvimento dos interesses culturais, sociais, económicos e cívicos do distrito de Leiria”.

De acordo com o mesmo estatuto, o *Jornal de Leiria* é “independente do poder político, confessional ou outros, pautando a sua atuação dentro de um espírito de Liberdade de Informação, de Pensamento e Expressão consignados na *Declaração Universal dos Direitos do Homem*”.

“O *Jornal de Leiria* pauta-se por critérios de Verdade e de Justiça e pugna pelo desenvolvimento harmonioso de condições que levem a uma sociedade mais equilibrada, em pleno respeito pelos princípios deontológicos da imprensa e da ética profissional, de modo a não poder prosseguir apenas fins comerciais, não abusando da boa fé dos leitores, encobrindo ou deturpando a informação.”

“O *Jornal de Leiria* define-se como uma publicação isenta e independente, face aos partidos políticos ou associações semelhantes, procurando permanentemente contribuir para o reforço e prestígio das instituições democráticas.”

Por fim, reforça que “está aberto à colaboração dos seus leitores”, publicação que se sujeita “ao espírito deste Estatuto e da dignidade pessoal e institucional”.

Estrutura editorial/Redação

A equipa do *Jornal de Leiria* é composta, no total, por 24 pessoas. A direção é assumida por João Nazário. A redação conta com Raquel de Sousa Silva (coordenadora), Cláudio Garcia, Daniela Sousa, Elisabete Cruz, Jacinto Silva Duro, Maria Anabela Silva, Miguel Sampaio, o repórter fotográfico Ricardo Graça e ainda oito colaboradores permanentes. Na paginação estão Isilda Trindade e Rita Carlos. No departamento comercial, Rui Pereira, Lúcia Alves e Sandra Pires Nicolau. A área administrativa conta com Patrícia Carvalho e Cília Ribeiro.

Editorias

Logo após o tema de abertura e da entrevista principal, seguem-se, por ordem, as seguintes editorias: Sociedade, Economia, Saúde e Bem-Estar, Desporto, Viver e Gente&Lustre.

Dentro destas surgem outras mais específicas: na Sociedade existe a Educação, Comunidades Portuguesas e Ciência e Tecnologia. Leiria Global, Casa, Motores e Emprego surgem na Economia. No Viver, a editoria dedicada à cultura, há várias rubricas – Almanaque, Arquivologias, Murmúrios do Mundo – e páginas das publicações Preguiça Magazine e Vice. Nesta editoria existem também duas páginas de Agenda, nas quais os leitores podem ficar a par dos eventos culturais a acontecer na região. Do Gente&Lustre fazem parte as rubricas Histórias da nossa história, História de vida, Ninjas e Princesas e Impressão Digital.

A terminar, está o Para fora cá dentro, com a divulgação de locais a visitar no distrito, e o Aconteceu, com notícias de acontecimentos da última semana. Na última página do Jornal estão as notícias de última hora.

Existem, ainda, várias páginas com artigos de opinião e uma para publicação das cartas que chegam dos leitores do Jornal à redação.

Prémios

O *Jornal de Leiria* venceu o Prémio Gazeta de Imprensa Regional, em 1991, atribuído pelo Clube de Jornalistas ao melhor jornal regional do País e entregue pelo então Presidente da República, Mário Soares.

Por duas vezes, recebeu ainda o Prémio para melhor design para publicações – Lo Mejor del Diseño Periodístico España & Portugal.

Medalha de Prata 2014 - ÑH11

Medalha de Ouro 2013 - ÑH 10

Medalha de Ouro 2012 - ÑH 9

Medalha de Bronze - Reportagem 2013 - ÑH 10

Área de influência

A área de influência do *Jornal de Leiria*, que diz respeito a todo o distrito – está dividida em dois “anéis”. O primeiro, engloba Leiria, Marinha Grande, Batalha, Ourém, Porto de Mós e Pombal. O segundo, abrange Alcobaça, Caldas da Rainha, Bombarral, Peniche, Castanheira de Pera, Ansião, Pedrógão Grande e Figueiró dos Vinhos.

Rotinas de produção

O dia de publicação do *Jornal de Leiria* é à quinta-feira. No dia anterior, após o término dessa edição, é iniciado o trabalho para a edição seguinte. Todos os jornalistas e diretor do Jornal se reúnem para discutir os principais temas a tratar.

A quinta e sexta-feira são os dias em que, essencialmente, se procede à recolha de informação – estabelecer contactos e realizar entrevistas – e também ao processo de publicação dos textos no *site* e redes sociais. Os restantes dias – segunda, terça e quarta-feira – são, maioritariamente, dedicados à redação das notícias.

2. O Jornal de Leiria na Internet

O *Jornal de Leiria* começou a publicar na Internet entre 1998 e 1999 – “fê-lo através de uma empresa chamada Leiria.net, que copiava os nossos textos, citando a fonte e colocando-os online no seu próprio *site*. Mas nem todos os textos eram colocados online e não existia um endereço www.jornaldeleiria.pt”, explica Jacinto Silva Duro, jornalista do *Jornal de Leiria*.

Foi em 2002 que foi criado o primeiro *site* do Jornal, com o único objectivo de “estar presente no mundo digital”. O modelo de publicação, explica o jornalista, era o de “fac-símile”. “O jornal era reproduzido quase integralmente na Internet, o que implicava copiar os textos e reduzir as imagens a um tamanho minúsculo para acelerar o seu carregamento. Não havia uma ideia de negócio por detrás do endereço www.jornaldeleiria.pt. Aliás, na época, na região havia apenas uma publicação *online* que apostou – sem sucesso – num modelo de negócio. Era o *Economia Digital* que surgiu, regionalmente, ao mesmo tempo que a primeira experiência do www.publico.pt. Ao fim de

cerca de dois anos, a experiência acabou com o encerramento da publicação. Os anos passaram e o *Jornal de Leiria* continuou a ser um mero fac-símile, com uma ou outra notícia de última hora.”

Em 2006, o *site* foi atualizado. “Pelo menos, era essa a intenção, mas, na verdade, o *site* apenas mudou de grafismo, continuou com o esquema de fac-símile, embora já com um maior número de notícias de última hora. Contudo, não havia uma obrigação de atualizar todos os dias o *site*. As notícias eram alteradas à quinta-feira e mantinham-se aí uma semana, sem alterações e de acordo com as secções do jornal.”

Mais recentemente, em Outubro de 2015, foi adoptado o novo *site*, “com uma empresa que não teve alguns cuidados fundamentais – inCentea IM -, sendo que o pior de todos foi apagar tudo o que fora publicado no *site* desde 2002”.

Nesta altura, os jornalistas do *Jornal de Leiria* receberam alguma – “pouca” – formação pela Cenjor, para aprender a publicar *online*. No entanto, adianta, “tudo o que estava relacionado com as redes sociais, tiveram de ser três jornalistas escolhidos para liderar a nova equipa a aprender por si mesmos. Os restantes jornalistas continuam a considerar o jornal online uma espécie de carolice”.

O jornalista considera que o que falhou foi “o modelo de negócio”. “Até hoje, Março de 2017, o *site* teve inúmeras alterações e intervenções para tentar resolver estas questões, incluindo um *design* que é muito pouco apelativo para os leitores, sendo que, de acordo com a estatística interna, a maioria do público acede ao www.jornaldeleiria.pt pelo telemóvel, usando o Facebook como porta de entrada.”

No que diz respeito às redes sociais, o *Jornal de Leiria* está no *Facebook*, no *Twitter*, no *YouTube*, *Instagram* e *Snapchat*. Mas é no *Facebook* que o *Jornal de Leiria* tem uma presença mais marcada, com maior interação com os seguidores/leitores. As publicações feitas na página de *Facebook* são, automaticamente, partilhadas também no *Twitter*. A 17 de março de 2017, a página de *Facebook* do *Jornal de Leiria* conta com 37.282 ‘gostos’.

O que se tem vindo a perceber, explica Jacinto, é que “muitas pessoas do público pensam que o título e a imagem que veem no seu *feed* de *Facebook* são a notícia completa e, por isso, não clicam para saber mais”. Deste modo, tem-se tentado resolver esta situação com “títulos mais apelativos ou que informem pouco, para obrigar o público a clicar”.

Geralmente, explica o jornalista, os temas que geram maior número de visualizações, estão relacionados com “os temas de maior proximidade e que tenham um impacto imediato ou semi-imediato nos leitores”. Alguns exemplos são os “cortes de água,

de eletricidade, de estradas, de gás, inundações, acidentes de viação ou tempestades”. Além disto, “histórias sobre pessoas acarinhadas dentro das comunidades, exemplos de vida, “histórias com animalzinhos”, histórias contra Fátima – que são muito populares em Portugal, onde ainda existe um espírito jacobino muito forte –, ou a favor de Fátima, no Brasil – onde a religião é dogmática e venerada”.

E isto, sabe-se pela estatística que mostra que o *Jornal de Leiria online* é mais lido em Lisboa e no Porto, mesmo antes de o ser no distrito de Leiria. “Segue-se a cidade de Leiria, depois Marinha Grande e, novamente, IPs de Lisboa e Porto. Somos lidos em Paris, Brasil e Reino Unido – as histórias com emigrantes com sucesso são muito populares.”

A nível publicitário, adianta, “não há um mercado publicitário regional criado”. Tem sido a equipa comercial, “com a ajuda de um especialista externo, a delinear preços, espaços, modos de apresentação de anúncios e mesmo conteúdos patrocinados”.

Um dos objectivos é começar a usar mais o vídeo. Mas, neste âmbito, há barreiras que precisam de ser derrubadas: é uma redação habituada a escrever para papel, “percebe pouco, ou prefere não perceber, de outro tipo de linguagens, uma vez que envolvem mais trabalho e igual remuneração.”

No que diz respeito à publicação de conteúdos no *site*, ao longo da semana vão sendo publicados os textos que saíram na edição impressa, previamente agendados. Nem todos os textos são disponibilizados na totalidade – são publicados, maioritariamente, apenas de forma parcial, sendo que para ler o texto na íntegra é necessário ser-se assinante ou adquirir o jornal. Existem, ainda, alguns temas que “são trabalhados exclusivamente para o online e que não são reproduzidos em papel”.

Relativamente aos critérios de publicação, Jacinto explica que se tenta organizar os temas por hora do dia. “De manhã, entre as 7:30 e as 8:00 horas lançamos as primeiras notícias, para aquelas pessoas que gostam de dar uma vista de olhos no *Facebook*, quando acordam. Depois, voltamos a publicar por volta das 12:30/14:00 horas, para aproveitar as horas de almoço. À noite, entre as 21:30 e as 22:00 horas. Evidentemente, sempre que há algo de última hora, a peça entra o mais rapidamente possível.”

Questionado sobre o que é preciso melhorar no *site* do Jornal de Leiria, o jornalista refere “o modelo de negócio, o *design*, a gestão das redes sociais, a gestão de assinantes, a inclusão de mais espaços publicitários e criar uma imagem de credibilidade em torno do endereço www.jornaldeleiria.pt, uma vez que a maior parte dos leitores chega às nossas notícias a partir do *Facebook*, facto que nos parece ser uma tendência generalizada”.

2. Análise do Estágio Curricular

Realizado no âmbito do mestrado em Jornalismo, o meu estágio curricular teve a duração de três meses – iniciou no dia 6 de Junho e terminou a 2 de Setembro de 2016.

Durante este tempo, tive a oportunidade de escrever para todas as editorias e passar por todas as etapas da construção de conteúdos noticiosos, além de ter trabalhado na parte *online* do jornal – *site* e redes sociais.

O primeiro dia de estágio foi dedicado a conhecer o grupo Movicortes. Comecei por fazer uma visita a todas as instalações e, depois, indicaram-me qual seria o meu local de trabalho. A minha orientadora de estágio, a jornalista Anabela Silva, fez-me uma breve apresentação da edição do jornal, explicando-me quais os assuntos que se enquadram em cada editoria, bem como as várias rubricas.

Iniciei o estágio a meio da edição 1665. Na quarta-feira, após o fecho desta edição, já tive a oportunidade de assistir à reunião na qual são discutidos os temas da edição seguinte e foi a partir daqui que comecei a fazer mais trabalhos. Acompanhei alguns jornalistas apenas como observadora, mas desde cedo que fui desafiada a ir sozinha fazer entrevistas ou coberturas de eventos.

Foi-me dada total liberdade de escrita e também de sugestões de trabalhos. Depois de produzido cada texto, o jornalista da respectiva editoria fazia a revisão, após a qual eu fazia as alterações necessárias, de acordo com aquilo que me era transmitido.

Apesar de ter escrito essencialmente para o jornal impresso, escrevi também para o *site*. Além disto, fez também parte do meu trabalho o agendamento *online* dos textos publicados no jornal impresso. Ou seja: a edição do *Jornal de Leiria* está disponível todas as quintas-feiras. No *site*, ao longo da semana que se segue, vão estando disponíveis esses mesmos textos mas, alguns, parcialmente. Para poder ler os textos na íntegra, é necessário comprar o jornal (seja a edição impressa ou *online*). Por norma, eram a quinta e sexta-feira os dias dedicados a este trabalho de agendamento. Primeiro, o texto era agendado no *site* e depois na rede social Facebook.

Era também nestes dois dias – quinta e sexta-feira – que recolhia a informação, após discutidos os temas a tratar nessa edição. Os restantes dias – segunda, terça e quarta-feira – eram maioritariamente dedicados à redação das notícias.

A rubrica para a qual mais escrevi durante estes três meses de estágio, foi a História de Vida, na editoria Gente&Lustre, uma rubrica que, tal como o nome indica, conta as mais diversas histórias de vida de pessoas da região. Foram várias as histórias que tive a oportunidade de ouvir e contar, entre as quais a do presidente da Cáritas Diocesana de

Leiria, da conhecida vendedora de bolas de berlim da praia de São Pedro de Moel ou do ex-atleta olímpico Raimundo Santos. Esta rubrica é sempre acompanhada de uma fotografia atual da pessoa e de fotografias de arquivo, que ilustrem da melhor forma essa vivência.

Além desta rubrica, as editorias para a quais produzi mais textos noticiosos foram para a Sociedade e Saúde e Bem-Estar. No entanto, não houve nenhuma editoria para a qual não tenha escrito. Economia, Desporto ou Viver, tive a oportunidade de me dedicar a todas elas e assim aprender um pouco de tudo o que se faz neste Jornal.

CAPÍTULO V – ESTUDO DE CASO

1. Metodologia

Para este estudo, comecei por fazer uma análise dos jornais editados nas semanas em que estive no *Jornal de Leiria*. Foram 12 as semanas de estágio, portanto, 12 jornais – desde a edição 1665 até à 1676, inclusive, o que correspondeu às edições desde 9 de junho a 25 de agosto.

No presente estudo de caso, faço uma análise do número de textos escritos para o jornal impresso que são publicados no site e, desta forma, calculo a percentagem de textos *online*.

Procedi, então, à contabilização dos conteúdos noticiosos deste jornal. Contabilizei as notícias, as reportagens e as entrevistas, tendo deixado de parte os artigos de opinião, as breves, as Curtas, o Obrigatório, os suplementos e os Especiais.

Analisei cada jornal individualmente, separando ainda por géneros jornalísticos: notícias, reportagens e entrevistas. No final, apresento os resultados finais por géneros jornalísticos e também um geral, englobando todos estes conteúdos noticiosos.

Fiz ainda um formulário, ao qual 143 pessoas responderam, dirigido não só aos residentes do distrito de Leiria mas também aos que acompanham as notícias desta região. Isto porque, além dos estudantes que vêm de todo o País, há residentes de distritos em redor que trabalham em Leiria e devido à proximidade que têm com a cidade, acompanham o que nela se passa.

Elaborei este formulário dividido em quatro secções. A primeira, para saber a idade dos inquiridos, se residiam, atualmente, no distrito e se acompanhavam as notícias desta região. Para quem respondesse de forma negativa a esta última questão, o formulário terminava.

Na segunda secção, comecei por questionar com que frequência compra um dos jornais impressos do distrito (*Diário de Leiria*, *Jornal de Leiria e Região de Leiria*). Depois, perguntei se, como e com que frequência acompanha as notícias do distrito através da Internet. Outra questão que coloquei foi o que faz se, ao ler um texto *online*, o mesmo não estiver disponível na íntegra. A terminar esta secção, perguntei se era assinante de algum jornal e quem respondesse negativamente era direcionado para a última secção.

A terceira secção estava destinada em exclusivo a quem respondeu de forma afirmativa à questão anterior, ou seja, a quem é assinante de algum dos jornais referidos

(Diário de Leiria, Jornal de Leiria ou Região de Leiria). Aqui, questionei qual o jornal que assina, em que versão (impressa ou *online*) e o que considera diferenciar esse, do qual é assinante, dos outros dois.

Por fim, na última secção, optei por colocar uma questão mais completa, na qual os inquiridos deram a sua opinião sobre o que poderia ser melhorado no jornalismo online regional.

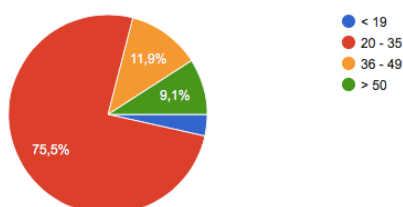
2. Análise de conteúdo

i. A opinião dos leitores

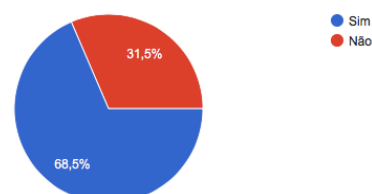
No que diz respeito ao formulário, obtive, no total, 143 respostas. Cinco inquiridos referiram ter menos de 19 anos, 13 disseram ter mais de 50 anos, 17 responderam ter entre os 36 e os 49 anos e 108 dos inquiridos, a maioria, tinha entre 20 e 35 anos de idade.

Destes 143 inquiridos, 98 residem, atualmente, no distrito de Leiria. Apesar destas 143 respostas, apenas serão consideradas 114 respostas por ser este o número de participantes que referiu acompanhar as notícias da região.

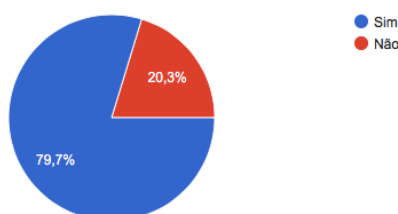
Idade (143 respostas)



Reside atualmente no distrito de Leiria? (143 respostas)



Acompanha as notícias desta região? (143 respostas)

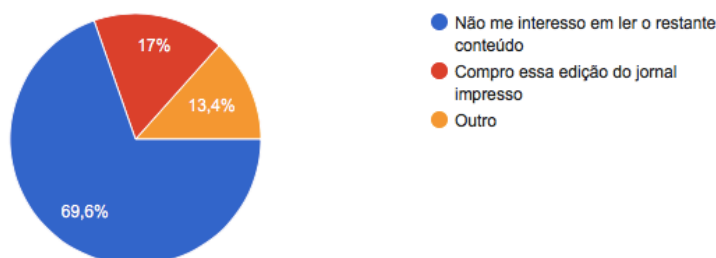


Já na segunda secção, questionados sobre a frequência com que compram um jornal (versão impressa), 2 responderam “outro” (sem justificar), 4 responderam “todos os dias”, 22 responderam “todas as semanas”, 40 responderam “quando há algum assunto que me interessa” e a maioria, 46 dos inquiridos, respondeu “nunca”. No entanto, já na resposta

seguinte, a situação muda completamente, de acordo com o que seria previsível: 112 dos inquiridos referiu acompanhar as notícias da região na internet. Destes, 97 disse acompanhar através das redes sociais e 14 através do site (uma pessoa respondeu “outro”, sem justificação). Relativamente à frequência, a maioria (68) respondeu “diariamente”, 41 “semanalmente” e 3 inquiridos responderam “outro”, sem justificação.

Questionados sobre o que fazem caso estejam a ler determinada notícia e a mesma não esteja disponível na íntegra, a maioria (79 dos inquiridos) respondeu que não se interessa em ler o restante conteúdo. 19 referiu comprar a respectiva edição impressa do jornal e 15 responderam “outro” sem justificar.

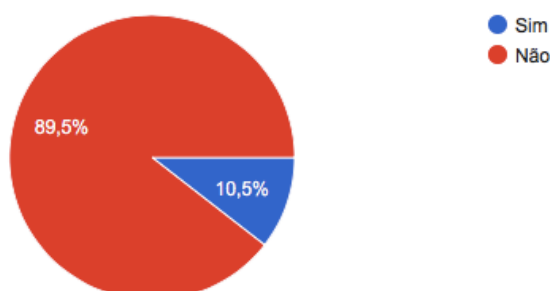
Se estiver a ler uma notícia online cujo texto não esteja disponível na íntegra, o que faz?
(112 respostas)



Na última questão desta segunda secção do formulário, que perguntava se era assinante de algum jornal, 102 responderam negativamente.

Apenas 12 inquiridos responderam à terceira secção deste formulário, por terem sido estes que referiram assinar um jornal. Destes, 6 responderam ser assinantes do *Jornal de Leiria*, 5 do *Região de Leiria* e 4 do *Diário de Leiria*, sendo que apenas uma pessoa referiu ser assinante da versão online, todos os restantes são assinantes da versão impressa.

É assinante de algum jornal? (114 respostas)



Nesta secção questionei ainda sobre o que estas pessoas consideram que diferencia o jornal do qual são assinantes, dos outros. Nesta questão, as respostas variaram bastante: a cultura, os temas de investigação, a relevância dos temas, por ser o jornal que tem publicidade à empresa da pessoa em questão e até mesmo por ser o jornal que dá descontos ou bilhetes na renovação da anuidade.

Por fim, a questão de resposta livre: o que poderia ser melhorado no jornalismo regional online? Foram muitos os que optaram por não dar qualquer resposta ou que responderam que nada havia a melhorar. A maioria, referiu a disponibilização de um maior número de conteúdos na íntegra, a atualização da informação mais frequentemente, os conteúdos preparados para serem lidos em *smartphones* ou uma melhor divulgação do meio de comunicação social em causa. Mas houve também quem aprofundasse a questão. Alguns dos inquiridos responderam que os jornais deviam apostar mais no online, sem se limitarem a copiar os conteúdos da versão impressa – “Os jornalistas pensam que, por saberem escrever para papel, também sabem escrever para online. Nada mais errado. Os textos online são puras cópias dos do papel, desinteressantes, com poucas imagens/infografias e não estão preparados para serem lidos em formato mobile”; “o facto de se proceder ao fenómeno *copy/paste* do impresso para o online, estimula pouco a curiosidade do cidadão. Faltam conteúdos de multimédia, capazes de explicar o acontecimento com recurso a ferramentas que o online pode aproveitar (infografia, gráficos, vídeos, etc.)”.

ii. O Jornal de Leiria impresso vs o Jornal de Leiria *online*

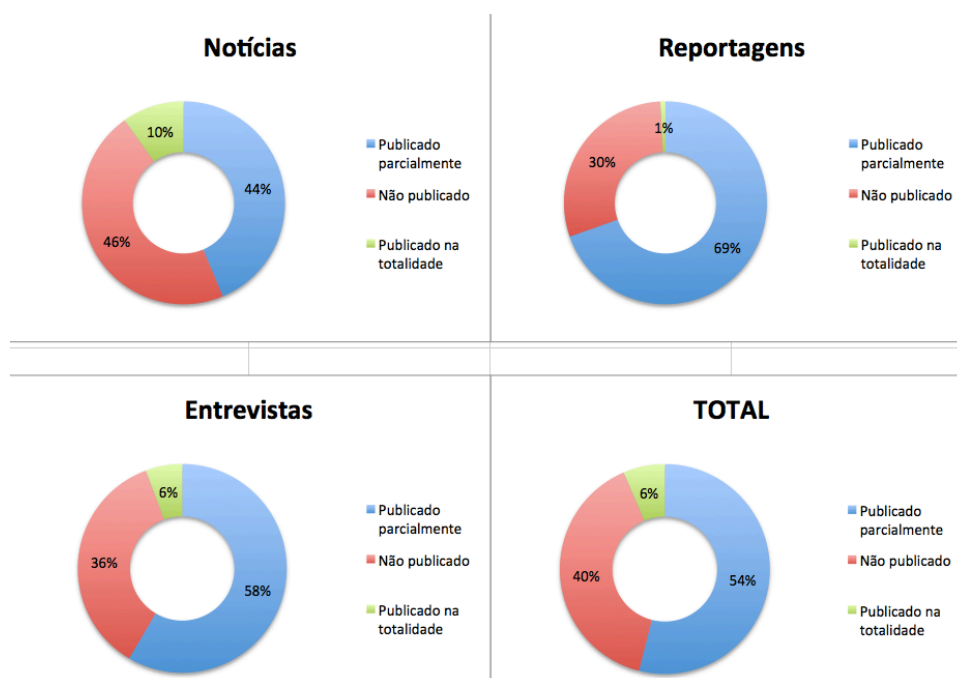
No total, ao longo destes três meses de estágio – o correspondente aos 12 jornais –, foram publicados no jornal impresso 391 artigos. Destes, 213 foram notícias, 53 entrevistas e 125 reportagens.

GÉNERO	ARTIGOS NO JORNAL
Notícias	213
Entrevistas	53
Reportagens	125
TOTAL	391

No que diz respeito às notícias, dessas 213 notícias publicadas no jornal impresso, 21 foram publicadas *online* na totalidade, 93 parcialmente e 99 não fizeram parte do site do Jornal de Leiria. Já no que toca às entrevistas, das 53 publicadas no jornal impresso, apenas 3 foram publicadas no site na totalidade, 31 de forma parcial e 19 não foram publicadas *online*. Por fim, das 125 reportagens do jornal impresso, apenas uma foi disponibilizada no site totalmente, 87 parcialmente e 37 não foram publicadas na *web*.

Assim sendo, apenas 25 artigos foram publicados no site na íntegra, 211 foram publicados de forma parcial e 155 artigos não fizeram parte do site deste Jornal. Em percentagens, no total, 6% dos artigos do jornal impresso foram publicados na íntegra no site, 40% desses textos não foram publicados e 54% foram publicados parcialmente.

GÉNERO	Publicado parcialmente	Não publicado	Publicado na totalidade
Notícias	93	99	21
Entrevistas	31	19	3
Reportagens	87	37	1
TOTAL	211	155	25



DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

De acordo com as funções da imprensa regional designadas no Estatuto da Imprensa Regional, a meu ver, o *Jornal de Leiria* tem todas elas bastante marcadas no jornalismo que exerce.

Falando especificamente de duas delas, a primeira função referida no 2.º Artigo deste Estatuto, é: “promover a informação respeitante às diversas regiões, como parte integrante da informação nacional, nas suas múltiplas facetas”. Tendo por base a regra da proximidade, a área de influência do Jornal de Leiria está dividida em dois “anéis”. O primeiro, engloba Leiria, Marinha Grande, Batalha, Ourém, Porto de Mós e Pombal. O segundo, abrange Alcobaça, Caldas da Rainha, Bombarral, Peniche, Castanheira de Pera, Ansião, Pedrógão Grande e Figueiró dos Vinhos.

Outra função que evidencio deste 2.º Artigo do Estatuto da Imprensa Regional, é: “proporcionar aos emigrantes portugueses no estrangeiro informação geral sobre as suas comunidades de origem, fortalecendo os laços entre eles e as respectivas localidades e regiões”. Neste campo, não posso deixar de salientar a rubrica ‘Comunidades Portuguesas’ do *Jornal de Leiria*, na qual o objectivo, é retratar a vida de alguém que já pertenceu à região mas que, neste momento, tem sucesso profissional no estrangeiro.

No que ao *online* diz respeito, apesar de a produção de conteúdos para a Internet já ser feita há alguns anos, na imprensa regional é algo ainda novo. Falando, especificamente, sobre o *Jornal de Leiria*, os conteúdos disponíveis no *website*, que existe desde 2002, são, maioritariamente, os conteúdos do jornal impresso, publicados parcialmente.

Como pude comprovar através da análise aos 12 jornais, apenas 6% dos conteúdos do jornal impresso foram publicados na totalidade no *site*, 54% foram publicados parcialmente e 40% dos artigos não entraram na plataforma.

A meu ver, o Jornal de Leiria deveria apostar mais em artigos exclusivamente online, o que levaria a que houvesse alguém na redação com formação especializada nesta linguagem. Tal como referiu Ayerdi (2003), citado por Helder Bastos, um produtor de conteúdos para a web será, “uma espécie de homem-orquestra, capaz de utilizar imagens de vídeo na edição on-line do seu jornal (...) A única especialidade possível no jornalismo do futuro será saber trabalhar em todos os meios e com todos os meios”.

Comparando os resultados com a abordagem teórica, no que ao jornalismo *online* do *Jornal de Leiria* diz respeito, posso concluir que, na minha opinião, a maior problemática está relacionada com o facto de os conteúdos da edição impressa serem

“colados” no *website*. Problemática, essa, também evidenciada por um leitor no formulário que realizei à comunidade: “O facto de se proceder ao fenómeno *copy/paste* do impresso para o online, estimula pouco a curiosidade do cidadão. Faltam conteúdos de multimédia, capazes de explicar o acontecimento com recurso a ferramentas que o online pode aproveitar (infografia, gráficos, vídeos, etc.)”, foi a resposta de um dos participantes à questão “o que poderia ser melhorado no jornalismo regional online?”. Em *Ágora – Jornalismo de Proximidade: Limites, Desafios e Oportunidades*, Pedro Brinca fala, precisamente, desta problemática, questionando sobre o contributo que um jornalista pode dar à comunidade, com “este novo jornalismo de *copy/paste*”.

O jornalista que escreve para o papel não deve ser o mesmo que escreve para o digital. Um produtor de conteúdos para a Internet, necessita de mais ferramentas, de outro tipo de formação. A escrita é essencial, sem dúvida, mas é cada vez mais importante ter um total à vontade com as ferramentas *web*. Existe, ainda, um longo caminho a percorrer no que ao jornalismo *online* diz respeito, nomeadamente, na imprensa regional.

BIBLIOGRAFIA

BASTOS, Helder (2010). *Ciberjornalistas em Portugal – Práticas, Papéis e Ética*. Lisboa. Livros Horizonte.

CAMPONEZ, Carlos (2002). *Jornalismo de Proximidade: rituais de comunicação na imprensa regional*. Coimbra: Minerva.

CANAVILHAS, João [Org.] (2014). *Webjornalismo. Sete características que marcam a diferença*. Covilhã: Livros LabCom. Disponível na Internet <http://www.labcom-ifp.ubi.pt/ficheiros/20141204-201404_webjornalismo_jcanavilhas.pdf>

CASTANHEIRA, José Pedro (2004). *No reino do anonimato: estudo sobre jornalismo online*. Coimbra: edições Minerva.

CORREIA, João Carlos [Org.] (2012) *Ágora – Jornalismo de Proximidade: Limites, Desafios e Oportunidades*. Covilhã. Livros LabCom. Disponível na Internet <http://www.labcom-ifp.ubi.pt/ficheiros/20121224-agora_ebook.pdf>

COUTO, Patrícia (2010). *Ciberjornalismo regional: Aproveitamento das potencialidades da Web dos nove jornais regionais com maior audiência no distrito do Porto*. Dissertação de mestrado. Porto: Universidade do Porto. Disponível na Internet <<https://repositorio-aberto.up.pt/bitstream/10216/55917/2/tesemestpatriciacouto000127507.pdf>>

JERÓNIMO, P. (2015) *Ciberjornalismo de proximidade – Redações, jornalistas e notícias online*. Covilhã: LabCom Books. Disponível na Internet <http://www.labcom-ifp.ubi.pt/ficheiros/201510231222-201519_ciberjornalismo_pjeronimo.pdf>

JERÓNIMO, P. (2013) *Jornalismo de proximidade em mobilidade*. In CANAVILHAS, J. [Ed.] *Notícias e Mobilidade: O Jornalismo na Era dos Dispositivos Móveis*. Covilhã: LabCom Books. Disponível na Internet <http://www.labcom-ifp.ubi.pt/ficheiros/20130404-201301_joacanavilha_noticiasmobilidade.pdf>

KOVACH, Bill e ROSENSTIEL, Tom (2004). *Os Elementos do Jornalismo*. Porto. Porto Editora.

MORAIS, Ricardo; SOUSA, João (2012). *Jornalismo Regional e redes sociais: entre as novas oportunidades de participação e a apatia participativa?* Artigo. Universidade da Beira Interior. Cuadernos.info, [S.l.], n. 34, p. 21-30, jun. 2014. ISSN 0719-367x Disponível na Internet <<http://www.cuadernos.info/index.php/CDI/article/view/425>>

SANTOS, Sofia (2007). *Imprensa regional: temas, problemas e estratégias da informação local*. Lisboa. Livros Horizonte.

TRAQUINA, Nelson (2010). *Do chumbo à era digital: 13 leituras do jornalismo em Portugal*. Lisboa. Livros Horizonte.

TRAQUINA, Nelson (2002). *O que é o jornalismo*. Lisboa. Quimera.

ZAMITH, Fernando (2013). *A contextualização no ciberjornalismo*. Porto. Edições Afrontamento.

ZAMITH, Fernando. (2008). *Ciberjornalismo: As potencialidades da Internet nos sites noticiosos portugueses*. Porto: Edições Afrontamento.

WEBGRAFIA

CORREIA, João Carlos. *Jornalismo Regional e Cidadania*. Disponível em <<http://bocc.ubi.pt/pag/correia-joao-jornalismo-regional.html>>

HESS, Kristy (2013). *Breaking Boundaries, Digital Journalism*. Disponível em <<http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/21670811.2012.714933>>

HAAK, Bregtje Van Der; PARKS, Michael; CASTELLS, Manuel (2012). *The Future of Journalism: Networked Journalism*. Disponível em

<https://www.researchgate.net/profile/Michael_Parks6/publication/265964583_The_Future_of_Journalism_Networked_Journalism_Rethinking_Journalism_in_the_Networked_Digital_Age/links/5421bb920cf238c6ea67043d.pdf>

BECKETT, Charlie (2010). *The Value of Networked Journalism*. Disponível em

<http://eprints.lse.ac.uk/31050/1/Beckett_Value_networked_journalism_2010.pdf>

ANEXOS

Tabela de Anexos

ANEXO 1 – Trabalhos Jornal de Leiria.....	38
ANEXO 2 – A opinião dos leitores.....	43
ANEXO 3 – Jornal de Leiria impresso vs Jornal de Leiria <i>online</i>	45
ANEXO 4 – Publicações no Facebook.....	48

28 Jornal de Leiria 21 de Julho de 2016

Desporto



Oleksandr Lyashchenko em 27.º no Mundial
Oleksandr Lyashchenko obteve o 27.º lugar no triplo salto no Mundial de Atletismo de sub-20, que decorre até domingo em Bydgoszy, na Polónia. O atleta da Marinha Grande saltou 15,13 metros, ficando a alguns centímetros do seu máximo (15,60).

Mundial dos sem abrigo: histórias incríveis e uma bola de futebol

Futebol de rua Luciano Gonçalves, natural da Batalha, arbitrou provas neste campeonato mundial. Regressou a Portugal de coração cheio e com histórias de vida extraordinárias para contar

Ana Camponês com EC
redacao@jornaldeleiria.pt

Quando se fala em futebol de rua, pensa-se em campos de terra, balizas feitas com pedras, um meio campo calculado a olho e a inexistência de regras. E a “brincadeira” acaba quando o dono da bola se chateia e vai embora com o esférico. Mas sabia que existem competições nacionais e até mundiais de futebol de rua, com uma estratégia bem definida: a inclusão social?

Pois é. Reclusos, institucionalizados, sem-abrigo e jovens em risco são os protagonistas deste desporto. Rapazes e raparigas, com mais de 16 anos, com vidas negativamente marcadas pelos mais diversos problemas sociais.

Luciano Gonçalves é natural de Alcanadas, Batalha, e é presidente da APAF - Associação Portuguesa de Árbitros de Futebol. Foi árbitro na 2.ª Divisão entre 2002 e 2013. Há cerca de cinco anos foi convidado por um colega de profissão a participar no campeonato nacional de futebol de rua, disputado com equipas de quatro jogadores. “Quando fui a primeira vez fiquei fascinado”, revela Luciano Gonçalves. Desde esta altura que todos os anos está presente nestes campeonatos. No ano passado, foi convidado a assistir ao mundial em Amesterdão, na Holanda. Mas a paixão pelo que estava a ver era de tal forma forte que, ao segundo dia, Luciano Gonçalves, teve que pedir para “entrar no espírito”. “Era no campo que eu queria estar e não apenas a assistir, como convidado”, confessa.

“O futebol é apenas um pretexto”, refere o árbitro. Durante o campeonato, existem *workshops*, histórias partilhadas e “uma série de ensinamentos”. Para chegar ao mundial, disputa-se um campeonato a nível nacional - o distrito de Leiria participa com uma equipa de Peniche. Não é a equipa vencedora da prova nacional que vai ao mundial: os 10 jogadores são seleccionados entre as equipas que estão na fase final. Cada atleta só pode ir uma vez ao mundial, para dar oportunidade a todos. Depois de escolhidos, partem para um estágio de cerca de 12 dias durante os quais “vivem como se fossem uma família”.

Cartão azul dá “segunda oportunidade”

No futebol de rua, o principal



O Homeless World Cup 2016 aconteceu em Glasgow, Escócia. Luciano Gonçalves (na foto 3) foi árbitro nesta competição.

objectivo é proporcionar a estes jogadores uma melhor qualidade de vida. Existem equipas masculinas, femininas ou mistas e as regras são muito específicas, adequadas à modalidade e aos princípios que a regem, explica Luciano Gonçalves. Existe um cartão vermelho e um cartão azul. Sim, azul. “É exibido em situações que, no futebol comum, se daria um vermelho”, explica. Funciona como uma “segunda oportunidade”. O jogador sai de campo durante dois minutos e, caso volte a cometer alguma falta, é apresentado o cartão vermelho. Neste caso, será posteriormente feito um “trabalho a nível social” com o jogador em causa.

Cada equipa tem um responsável. Luciano Gonçalves destaca o respeito que os jogadores têm para

com estes tutores: “não nos podemos esquecer que são jovens que não tiveram a oportunidade de ter uma boa educação”. Além de fazerem “uma coisa que gostam”, jogar futebol, são lhes transmitidos valores e “sentem-se úteis e valorizados, como talvez nunca se tenham sentido”, sublinha.

O árbitro confessa que foi tendo conhecimento de histórias profundamente marcantes. “São histórias que não se contam, sentem-se”. Mas que graças a este desporto tiveram “finais felizes”.

Luciano Gonçalves recorda um jovem jogador do Benfica, cheio de sonhos no mundo futebolístico. Com apenas 14 anos, viu o pai tirar a vida à mãe e, mais tarde, acabou também com a própria vida. “De um momento para o outro, viu o mun-



do desabar sobre ele”. Ficou à responsabilidade de uma instituição, da qual fugiu. Todas as vivências negativas que presenciou, levaram ao caminho, aparentemente, “mais fácil”: drogas e assaltos. “Com apenas 19 anos, estava numa cadeia, já com um extenso cadastro”, adianta o árbitro. Saiu da prisão e voltou à instituição. Teve a oportunidade de fazer parte da equipa na competição nacional de futebol de rua e, a partir daqui, “a vida dele mudou completamente, para melhor”, refere Luciano Gonçalves.

Além de, posteriormente, existir uma mais fácil inserção, social e profissional, há casos de sucesso no mundo do futebol. O árbitro recorda um guarda-redes de futebol de rua que, dado o excelente desempenho numa competição mundial,

conseguiu um contrato com uma equipa profissional.

O director da APAF regressou na passada segunda-feira do campeonato mundial de futebol de rua em Glasgow, na Escócia. No Homeless World Cup 2016, a equipa vencedora foi a do México. A selecção nacional perdeu contra o Brasil e ficou em 5.º lugar. Ao entrar para o autocarro que o levaria ao aeroporto, o árbitro é surpreendido por uma jovem jogadora da Indonésia. “Ouvi-a gritar a chamar por mim, abraçou-me com muito força e quando nos largámos estávamos os dois com os olhos repletos de lágrimas”, recorda o árbitro, emocionado. “São momentos que nos marcam, onde nós temos verdadeiras lições de vida”.

Entrevista

Eduardo Cardinho, músico de jazz

"Acredito que Leiria se vai afirmando também no panorama jazzístico"

Ana Camponês, com JSD
redacao@jornaldeleiria.pt

■ O que leva uma criança de 6 anos a ir para uma filarmónica?

Sempre gostei de música, particularmente de bateria. Em casa, estava sempre a tocar nas panelas. Os meus pais gostavam e davam-me quantos tachos e panelas quisesse, para tocar. Depois, revolveram inscrever-me na banda filarmónica dos Marrazes. Eu queria tocar bateria e fui tocar bateria.

Porquê jazz e não rock?

Quando queremos aprender música, ou vamos para escolas específicas - de pop/rock - ou vamos para um conservatório, como é mais habitual. E eu fui estudar música clássica para o Orfeão de Leiria - Conservatório de Artes. Mais tarde, quando fui para a Escola Profissional de Música de Espinho, é que percebi que realmente gostava de jazz. Comecei a ouvir discos e a ver e a ouvir os meus professores. Comecei também a ir a concertos... foi assim.

O que o fascinou no vibrafone?

Fui estudar para o Orfeão de Leiria quando transitei para o 5.º ano de escolaridade, que equivale ao primeiro grau do ensino musical. E enquanto na filarmónica só tinham bateria, bongo, e instrumentos desse género, no Orfeão havia maior variedade. Havia marimba, tímpanos, vibrafone... mais instrumentos de percussão. E foi lá que comecei a tocar marimba e vibrafone. Fiquei fascinado com as dimensões deste último instrumento e com a forma como os músicos o tocavam, com duas baquetas em cada mão. Gostei do que vi e, essencialmente, do que ouvi. O som do vibrafone fascinou-me.

Como é que o jazz é visto pelos jovens, actualmente?

O jazz não é uma coisa muito *mainstream*. Creio que a maior parte dos jovens não sabe o que realmente é o jazz. Conheço muita gente que diz que não gosta, mas quando ouve, afinal, até gosta. Existem diferentes tipos de jazz, e é um estilo musical que, ao longo dos anos, tem passado por várias fases e, todas elas, tiveram certos espaços de tempo de existência. O jazz que se toca agora, aquele que eu toco, é completamente diferente daquele que se tocava nos anos 60.

E em Leiria, há espaço para este estilo musical?

Leiria tem tudo para ter espaço para o jazz. Tem óptimos auditórios, bons espaços ao ar livre... Há uns anos, não existia, na cidade, nenhuma orquestra de jazz. Hoje, já existe e isso é muito bom. Com calma, acredito que Leiria se vai afirmando também no panorama jazzístico. Mas penso que é preciso que as pessoas aprendam a ouvir e a gostar de jazz. Por exemplo, no Porto e em Lisboa cada vez mais se vêem jovens, e não só, a assistir a concertos de jazz. Nas cidades mais pequenas, não se vê tanto.

Teve aulas com músicos de renome internacional. Que importância tiveram na sua formação?

Além da formação a nível académico e profissional,

foram músicos que me acrescentaram muito também a nível pessoal. É muito gratificante ter a oportunidade de ver como é que eles vivem, como estudam, como tocam, como preparam e fazem os concertos. Todos eles têm formas diferentes de viver e de tocar. Tive a oportunidade de aprender isto, e não só, com vários músicos. Cada um fazia crescer ainda mais o "bichinho" da música. Foi, e continua a ser, bastante inspirador.

Um músico que o marcou.

Jordi Rossy, um baterista galego. Uma lenda viva do jazz. Tive a oportunidade de tocar com ele numa *masterclass* e foi incrível.

Qual foi o sítio onde mais gostou de tocar?

Em Kerkrade, na Holanda. Fui lá a um concurso com uma orquestra de sopros. A sala era extraordinária. Enorme, com imensa gente... E como era um concurso todos os músicos estavam com uma adrenalina incrível. Foi, sem dúvida, um dos melhores momentos da minha vida.

O que é o Quinteto Eduardo Cardinho? Como surgiu e como se tem afirmado?

Apareceu por causa do concurso no *Prémio Jovens Músicos*. Na ocasião, queria concorrer a esse concurso e decidi juntar um grupo. Ao longo do tempo e desde há três anos, essa malta foi mudando. Juntei-os por causa do concurso e, como tudo foi correndo bem, fomos dando concertos.

Foi um momento especial receber o elogio de Mário Laginha, em 2013, no Prémio Jovens Músicos?

Sem dúvida. O Mário Laginha é o *master* do jazz português, um pianista fantástico. E foi bastante gratificante ele ter gostado do nosso trabalho... do trabalho do Quinteto. Deu-nos ainda mais força para continuar. Tempos depois, fizemos-lhe um tributo e tivemos a oportunidade de estar e de conversarmos com ele. E foi novamente incrível.

Perfil

Jazz corre-lhe nas veias

No futuro, ambiciona tocar jazz "por todo o lado, pelo mundo", para já, percorre os palcos de Portugal, Holanda e Espanha. Eduardo Cardinho tem 23 anos e é natural dos Marrazes, Leiria. Deu os primeiros passos no mundo da música aos 6 anos de idade na Banda Filarmónica de São Tiago dos Marrazes. Enquanto estudante do Orfeão de Leiria, venceu vários prémios. Mais tarde, em 2013, com o Quinteto Eduardo Cardinho, conquistou o segundo prémio no concurso *Prémio Jovens Músicos*, organizado pela Antena 2, o que ainda lhe valeu um elogio do pianista Mário Laginha. Actualmente, além do Quinteto, está envolvido noutros projectos, como o Eduardo Cardinho Lisbon Trio, Home e Banda Sinfónica Portuguesa. Passou pelo Teatro Miguel Franco, há dias, para apresentar *Black hole*, o seu primeiro CD.



ANA CAMPOS

Sociedade

Festa africana é alicerce para projecto social no Bairro Sá Carneiro

Reabilitação Um dos objectivos da festa foi angariar fundos para construir um centro de apoio, que terá, entre outros públicos, os mais novos inquilinos da comunidade



Ana Camponês com DFS
redacao@jornaldeleiria.pt

■ O início da história do Bairro Sá Carneiro, nos Marrazes, Leiria, remonta aos anos 80. Foi para este bairro que os retornados da Guerra Colonial foram viver, cerca de dez anos depois de terem sido acolhidos no RA4 (Regimento de Artilharia N.º4), nesta mesma cidade. O Bairro Sá Carneiro foi construído para eles, explica Mariana Nunes, antiga moradora. Actualmente, acolhe pessoas de várias raças e etnias: “pessoas da Madeira, da Guiné ou de etnia cigana”, afirma. E no passado fim-de-semana, com a realização da Festa Africana no Saka, o bairro pôs em evidência as suas raízes, com um objectivo bem definido: criar um centro de apoio à comunidade, que terá entre o seu público-alvo as crianças que ali residem.

Danças tradicionais africanas, exposições de artesanato, um jogo de futebol disputado entre

Os números

800

é o número aproximado de moradores actuais no Bairro Sá Carneiro

300

são as crianças que vivem neste bairro

26

é o número de blocos que o Bairro Sá Carneiro tem

208

fogos constituem este bairro

casados e solteiros e insufláveis para crianças foram algumas das actividades que fizeram parte da festa. No que toca à comida, não faltaram os pratos tradicionais africanos, como cachupa e moamba. E tudo isso foi preparado e dinamizado pelos próprios moradores e antigos moradores do bairro. “Seremos sempre do bairro, independentemente de actualmente já não vivermos aqui”, afirma Mariana, uma das responsáveis pela organização destas iniciativas, que viveu no Bairro Sá Carneiro até aos 18 anos.

Esta festa insere-se num projecto que existe desde o início do ano para melhorar as condições no bairro, criando um centro de apoio à comunidade, explica. Neste sentido, além do projecto que já está na Câmara Municipal de Leiria, os moradores têm-se preocupado em organizar convívios para angariar fundos. “Para já, não queremos uma associação de moradores. Queremos um centro de apoio à família, direccionado

“
A maioria dos moradores do bairro são africanos. E o povo africano é muito caloroso
Mariana Nunes, ex-moradora
”

principalmente para as famílias do bairro”, acrescenta.

Mariana Nunes nota que a imagem que o bairro tem junto da restante comunidade leiriense não é a melhor, também devido ao que se vê da estrada que circunda o espaço. “Honestamente, se eu não conhecesse o bairro, a imagem que teria dele não seria a melhor”, confessa. No entanto, considera, essa má reputação tem vindo a mudar. “Os mais novos crescem com outro tipo de mentalidade.” São mais de 300 as crianças que vivem neste bairro e é nelas que estas iniciativas se pretendem focar: “é uma faixa etária que ainda conseguimos moldar”. E, afinal, “as crianças serão o reflexo daquilo que vai ser o bairro um dia mais tarde.” Mas não é possível fazê-lo sem lidar, em conjunto, com os respectivos familiares e comunidade do bairro no geral, adianta.

“Este local foi construído com uma durabilidade de cerca de 25 anos”, explica Mariana Nunes. Por isso, sublinha, a degradação que se



vê não se trata de vandalismo por parte dos moradores, mas da própria resistência dos prédios que foram construídos para durarem aquele tempo. “São precisas remodelações. Algumas já foram feitas, mas são precisas mais. Este meio envolvente não é favorável para o crescimento destas crianças”.

No entanto, frisa a antiga moradora, esta degradação também se deve, em parte, à “falta de interesse das pessoas”. “Habituar-se a crescer assim. Foram vendo também que não havia grande interesse por parte das gentes de fora em fazer alguma coisa pelo bairro, e também perderam o interesse.” Ainda assim, Mariana Nunes nota que, tal como em outros bairros, existem zonas mais e menos críticas - “existem aqui espaços com jardins cuidados, árvores de fruto, zonas tratadas”.

Ana Izata veio de Angola e vive no Bairro Sá Carneiro desde 1985, quando o mesmo foi criado, e confessa que sente que os moradores são “excluídos” pela restante co-

Eu não trocava a minha infância por nada deste mundo
Sara Carvalho, ex-moradora

munidade. “O bairro parece que está abandonado, precisa de remodelações. Empurram uns para os outros: a Câmara Municipal diz que é responsabilidade da Junta de Freguesia e a Junta de Freguesia diz que a responsabilidade é da Câmara Municipal”, afirma. “Estas iniciativas que organizamos são precisas para tentarmos construir aqui alguma coisa, para dar um futuro melhor às nossas crianças”, adianta a moradora.

O centro de apoio que se pretende criar no Bairro Sá Carneiro, explica Mariana Nunes, será direccionado essencialmente às famílias do bairro, indo ao encontro das reais necessidades dos moradores. “São muitas as crianças que iniciam as aulas sem material escolar. E este é apenas um exemplo das falhas que pretendemos ver colmatadas”. A antiga moradora adianta que será feito um novo levantamento daquilo que mais está em falta junto das famílias, de modo a poder ajudá-las. E este é um trabalho que está a ser feito em

parceria com a Câmara Municipal de Leiria (CML).

“A maioria dos moradores do bairro são africanos. E o povo africano é muito caloroso.” Mariana considera que as pessoas de fora que visitam o bairro se sentem bem neste meio e é por aí que se pretende combater o estereótipo criado relativamente ao mesmo. Mas, para que tal aconteça, também é preciso que os moradores estejam unidos, adianta. “Ultimamente tem-se assistido a um crescente individualismo. É o que se vive um pouco em todo o mundo.”

E estas festas surgem também como uma forma de melhorar isso mesmo, a união entre os moradores. Sara Carvalho, também antiga moradora do bairro, recorda: “muitas vezes criamos divisão entre nós mesmos. E estas festas fazem-nos bem, para nos unirmos”.

Sara Carvalho viveu no Bairro Sá Carneiro até aos 18 anos de idade. “Não trocava a minha infância

Evento aberto ao público revelou tradições da comunidade de Leiria

aqui por nada neste mundo”, confessa. Apesar de já não residir ali, continua a participar nas festas que se dinamizam - “eu vou sempre pertencer aqui”.

Eunice Camilo, também antiga moradora, acrescenta ainda: “além de unirem a comunidade, estas festas são importantes para mostrar que também somos um povo, que somos iguais aos outros”.

São mais de 800 os actuais moradores do Bairro Sá Carneiro. Uns foram instalados quando o equipamento foi criado e outros nasceram no bairro. Outros ainda vieram a adoptá-lo depois, vindos dos mais diversos pontos do globo. A opinião dos inquilinos, essa é unânime: não trocariam a infância e a vida que viveram ali, ou ainda vivem, por outra experiência qualquer.

História de Vida

Silvina Francisco, vendedora de bolas de Berlim há mais de 60 anos em São Pedro de Moel

Um emprego de Verão aos 84 anos



Ana Camponês com MAS
redacao@jornaldeleiria.pt

Quando se fala em trabalhos de Verão, pensa-se nos jovens que, em períodos de férias escolares, querem trabalhar para começar a juntar algum dinheiro. Mas Silvina Maria Francisco tem 84 anos e um trabalho de Verão: é vendedora de bolas de Berlim na Praia de São Pedro de Moel, Marinha Grande.

Apesar de a idade já não a querer deixar continuar a trabalhar, a força de vontade e a necessidade vencem. Há mais de 60 anos que o faz. Mas, nos últimos anos, as pernas, já cansadas, obrigaram-na a arranjar um cantinho junto ao areal para continuar a actividade sentada, ao invés de andar pela praia como fez durante muitos Verões.

“Olha a bola de Berlim!” - é a frase que mais se ouve nas praias portuguesas, dita pelos vendedores que com eles carregam caixas destes e outros bolos, de uma ponta à outra dos areais. Em São Pedro de Moel, Silvina Maria Francisco, vestida de bata branca e protegida por um chapéu-de-sol, senta-se numa cadeira diante de duas caixas cheias de bolas de Berlim, com e sem creme, que (quase) todos os dias vêm da Nazaré. Aqui, são os veraneantes que se deslocam junto da vendedora. Sabe que “não se vende tanto”, mas os problemas de saúde não lhe permitem continuar a andar pela praia como sempre fez.

Silvina Francisco completou 84 anos no passado dia 5 de Agosto. E este, que devia ser um dia de alegria, não o é para esta vendedora de bolas de Berlim. “Não tenho ninguém”, lamenta. Neste dia vêm-lhe à memória - e apenas à memória, sem registos fotográficos - as recordações dos bons tempos que viveu em família, com a casa cheia em

Mulher da praia, Silvina Francisco diz conhecer muito bem o mar. “A cada sete ondas, vem uma muito perigosa”, alerta.

dias de aniversário. É viúva há vários anos, tem filhos, netos e bisnetos, mas não tem contacto com nenhum deles.

Nasceu em Albergaria, Marinha Grande, e foi viver para São Pedro de Moel com cerca de cinco anos de idade. Trabalhou numa vidreira, mas cedo se viu obrigada a pedir a reforma, derivado a problemas de saúde. Mas não cruzou os braços. “Precisava de continuar a ganhar dinheiro”, afirma. Foi então que decidiu começar a vender bolas de Berlim pelo areal da praia de São Pedro de Moel.

Silvina Francisco recorda que passou tempos muito difíceis. Sem sítio para viver, construiu uma “barraca” com o que tinha à sua disposição. “Sacos, ripas de madeira... Depois lá tomar banho ao rio”, lembra. Só anos mais tarde é que conseguiu alugar uma casa, na qual vive até hoje, junto ao Hotel Mar&Sol. O caminho de casa para a praia, é feito pelo próprio pé. Já no de regresso, por ser de subidas íngremes, vai à boleia de alguém.

Apesar dos vários problemas de saúde de que Silvina Francisco sofre, a “pequena reforma” que recebe leva à necessidade de ter este emprego de Verão. “Tenho contas para pagar. A renda de casa, água, luz, telefone... E gasto muito dinheiro em medicamentos. Tenho de amealhar durante o Verão, para estar mais desfogada no Inverno”, afirma.

“Olha a bola de Berlim!” - diz uma amiga, que chega à praia. “É de comer até ao fim!” - responde Silvina. “Esta senhora é o que me tem valido. Vem aqui visitar-me muitas vezes e ajuda-me muito”, adianta a vendedora. Já a amiga, por sua vez, entristece-se por, nos últimos dias, não ter tido oportunidade de visitar Silvina. “Há dois dias que não venho aqui e tenho-me lembrado tanto dela”, conta.

Apesar de fazer este trabalho por necessidade, a ven-



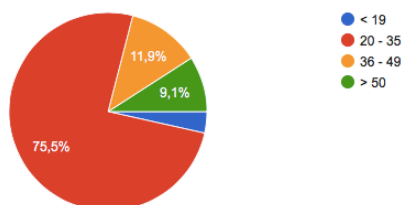
dedora confessa que gosta destes meses de Verão. Convive com pessoas amigas, e não só - “pessoas do Norte do País que já me conhecem vêm aqui visitar-me” -, e está perto do mar, que adora. “O meu marido era sapateiro, mas volta e meia iam para o mar. Pescávamos para comer e também para vender”, lembra. Diz conhecer muito bem o mar: “a cada sete ondas, vem uma muito perigosa”, alerta.

Apesar de ter sempre as licenças em dia, Silvina Francisco conta que nem sempre a vida lhe foi facilitada para vender bolos naquele cantinho junto ao areal. Mas, agora, a situação melhorou: “o sol quando nasce é para todos e eu bati o pé. Tinham de me deixar estar aqui.”

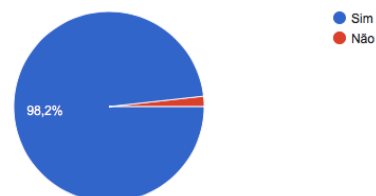
Silvina Francisco teve, em tempos, um bar nesta praia. Mas as “obrigações e as confusões com os nadadores salvadores” fizeram-na desistir e retomar apenas o negócio da venda de bolas de Berlim pelo areal. “Antes éramos muitos”, recorda. Agora, é apenas Silvina que continua a actividade, sentada junto ao areal da praia.

ANEXO 2 – A OPINIÃO DOS LEITORES

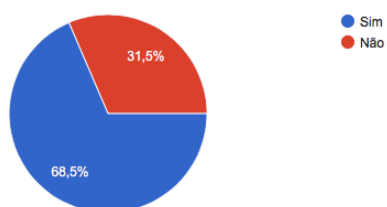
Idade (143 respostas)



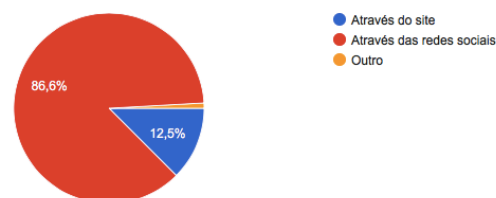
Acompanha as notícias da região na internet? (114 respostas)



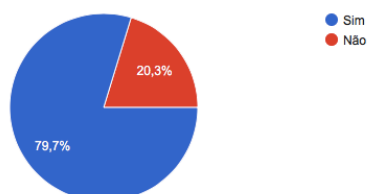
Reside atualmente no distrito de Leiria? (143 respostas)



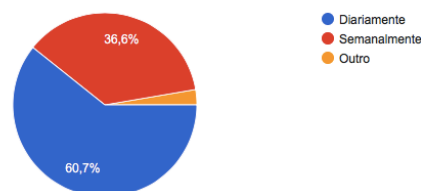
Como? (112 respostas)



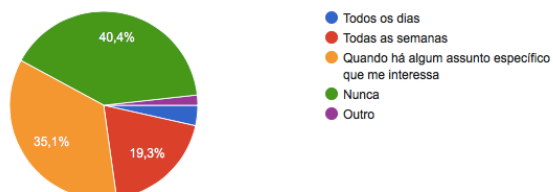
Acompanha as notícias desta região? (143 respostas)



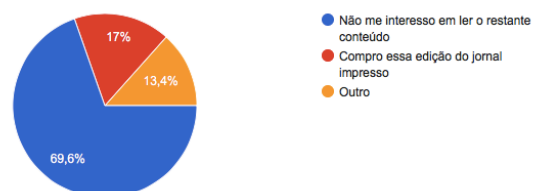
Com que frequência? (112 respostas)



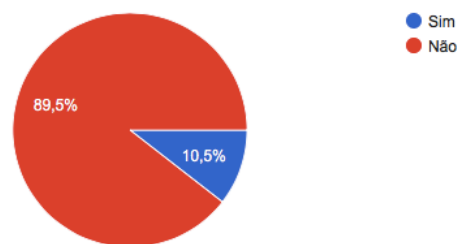
Com que frequência compra um jornal (versão impressa) da região? (Diário de Leiria, Jornal de Leiria, Região de Leiria)
(114 respostas)



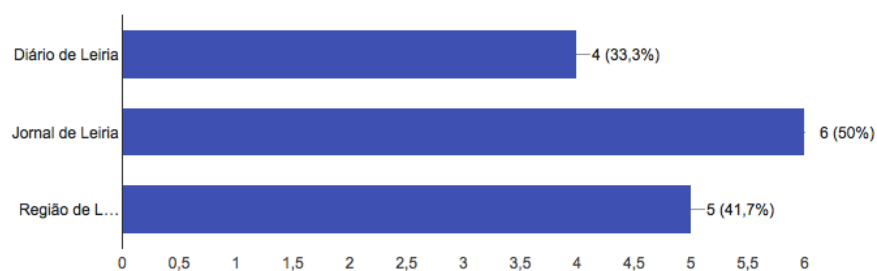
Se estiver a ler uma notícia online cujo texto não esteja disponível na íntegra, o que faz?
(112 respostas)



É assinante de algum jornal? (114 respostas)



De qual jornal é assinante? (12 respostas)

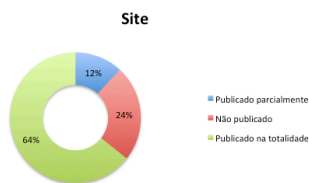


Em que versão? (12 respostas)



ANEXO 3 – O JORNAL DE LEIRIA IMPRESSO VS O JORNAL DE LEIRIA ONLINE

EDIÇÃO 1665		N.º páginas: 60	
Género	Artigos no Jornal		
Notícias	26		
Entrevistas	5		
Reportagens	11		
TOTAL	42 Artigos		
Género	Publicado parcialmente	Não publicado	Publicado na totalidade
Notícias	14	8	4
Entrevistas	3	1	1
Reportagens	10	1	0
TOTAL	5	10	27



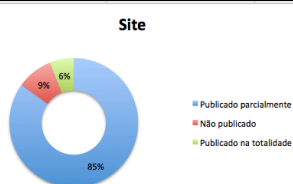
EDIÇÃO 1666		N.º páginas: 56	
Género	Artigos no Jornal		
Notícias	19		
Entrevistas	5		
Reportagens	13		
TOTAL	37 artigos		
Género	Publicado parcialmente	Não publicado	Publicado na totalidade
Notícias	9	6	4
Entrevistas	4	0	1
Reportagens	12	1	0
TOTAL	25	7	5



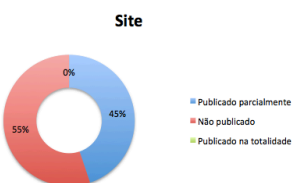
EDIÇÃO 1667		N.º páginas: 56	
Género	Artigos no Jornal		
Notícias	17		
Entrevistas	4		
Reportagens	12		
TOTAL	33 artigos		
Género	Publicado parcialmente	Não publicado	Publicado na totalidade
Notícias	10	5	2
Entrevistas	2	2	0
Reportagens	9	3	0
TOTAL	21	10	2



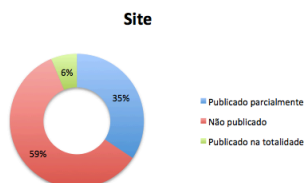
EDIÇÃO 1668		N.º páginas: 48	
Género	Artigos no Jornal		
Notícias	21		
Entrevistas	4		
Reportagens	8		
TOTAL	33 artigos		
Género	Publicado parcialmente	Não publicado	Publicado na totalidade
Notícias	18	2	1
Entrevistas	4	0	0
Reportagens	6	1	1
TOTAL	28	3	2



EDIÇÃO 1669		N.º páginas: 52	
Género	Artigos no Jornal		
Notícias	15		
Entrevistas	5		
Reportagens	9		
TOTAL	29 artigos		
Género	Publicado parcialmente	Não publicado	Publicado na totalidade
Notícias	4	11	0
Entrevistas	3	2	0
Reportagens	6	3	0
TOTAL	13	16	0

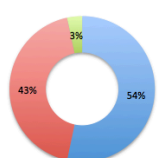


EDIÇÃO 1670		N.º páginas: 52	
Género	Artigos no Jornal		
Notícias	19		
Entrevistas	4		
Reportagens	9		
TOTAL	32 artigos		
Género	Publicado parcialmente	Não publicado	Publicado na totalidade
Notícias	4	13	2
Entrevistas	2	2	0
Reportagens	5	4	0
TOTAL	11	19	2



EDIÇÃO 1671		N.º páginas: 47	
Género	Artigos no Jornal		
Notícias	16		
Entrevistas	4		
Reportagens	10		
TOTAL	30		
Género	Publicado parcialmente	Não publicado	Publicado na totalidade
Notícias	6	9	1
Entrevistas	3	1	0
Reportagens	7	3	0
TOTAL	16	13	1

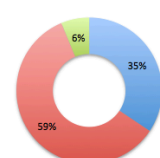
Site



Publicado parcialmente
Não publicado
Publicado na totalidade

EDIÇÃO 1672		N.º páginas: 51	
Género	Artigos no Jornal		
Notícias	17		
Entrevistas	5		
Reportagens	10		
TOTAL	32 artigos		
Género	Publicado parcialmente	Não publicado	Publicado na totalidade
Notícias	4	11	2
Entrevistas	3	2	0
Reportagens	4	6	0
TOTAL	11	19	2

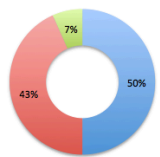
Site



Publicado parcialmente
Não publicado
Publicado na totalidade

EDIÇÃO 1673		N.º páginas: 56	
Género	Artigos no Jornal		
Notícias	16		
Entrevistas	3		
Reportagens	11		
TOTAL	30 artigos		
Género	Publicado parcialmente	Não publicado	Publicado na totalidade
Notícias	7	7	2
Entrevistas	1	2	0
Reportagens	7	4	0
TOTAL	15	13	2

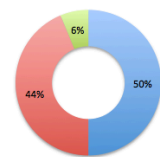
Site



Publicado parcialmente
Não publicado
Publicado na totalidade

EDIÇÃO 1674		Páginas: 52	
Género	Artigos no Jornal		
Notícias	18		
Entrevistas	5		
Reportagens	9		
TOTAL	32 artigos		
Género	Publicado parcialmente	Não publicado	Publicado na totalidade
Notícias	7	9	2
Entrevistas	2	3	0
Reportagens	7	2	0
TOTAL	16	14	2

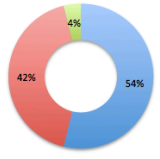
Site



Publicado parcialmente
Não publicado
Publicado na totalidade

EDIÇÃO 1675		N.º páginas: 52	
Género	Artigos no Jornal		
Notícias	12		
Entrevistas	5		
Reportagens	9		
TOTAL	26 artigos		
Género	Publicado parcialmente	Não publicado	Publicado na totalidade
Notícias	6	6	0
Entrevistas	3	1	1
Reportagens	5	4	0
TOTAL	14	11	1

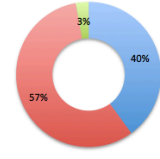
Site



Publicado parcialmente
Não publicado
Publicado na totalidade

EDIÇÃO 1676		N.º páginas: 52	
Género	Artigos no Jornal		
Notícias	17		
Entrevistas	4		
Reportagens	14		
TOTAL	32 artigos		
Género	Publicado parcialmente	Não publicado	Publicado na totalidade
Notícias	4	12	1
Entrevistas	1	3	0
Reportagens	9	5	0
TOTAL	14	20	1

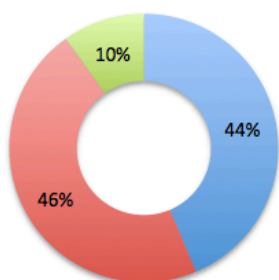
Site



Publicado parcialmente
Não publicado
Publicado na totalidade

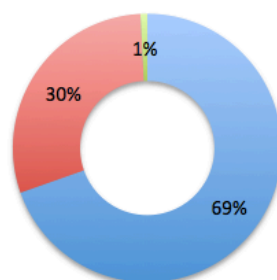
TOTAL			
Género	Artigos no Jornal		
Notícias	213		
Entrevistas	53		
Reportagens	125		
TOTAL	391		
Género	Publicado parcialmente	Não publicado	Publicado na totalidade
Notícias	93	99	21
Entrevistas	31	19	3
Reportagens	87	37	1
TOTAL	211	155	25

Notícias



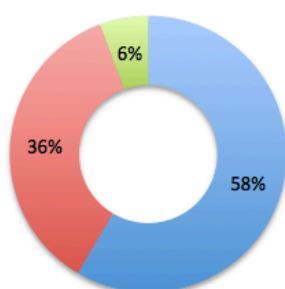
Publicado parcialmente
Não publicado
Publicado na totalidade

Reportagens



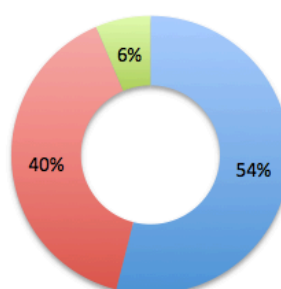
Publicado parcialmente
Não publicado
Publicado na totalidade

Entrevistas



Publicado parcialmente
Não publicado
Publicado na totalidade

TOTAL



Publicado parcialmente
Não publicado
Publicado na totalidade

ANEXO 4 – PUBLICAÇÕES NO *FACEBOOK*

